

كلية التربية النوعية

الإعلام الدولي

إعداد

دكتور

محمد فؤاد زيد

٢٠١٧/٢٠١٦



كلية التربية النوعية

الإعلام الدولي

إعداد

دكتور

محمد فؤاد زيد

٢٠١٧/٢٠١٦

الإعلام الدولي وتكنولوجيا الاتصال
المفهوم – مراحل التطور – المهام والسمات

يلاحظ أن التقدم التكنولوجي الهائل الذي أحرزته وسائل الاتصال منذ اختراع آلة الطباعة في القرن الخامس عشر وحتى المرحلة الراهنة كان له انعكاسات عميقة في اتساع وسائل الاتصال من حيث الكم والنوع، ووصولها إلى مجموعات سكانية متنوعة تزايدت أعدادها بصورة ملحوظة خلال ربع القرن الأخير ، وقد امتدت وسائل الاتصال الجماهيري إلى المناطق النائية من العالم ولم تعد قاصرة على سكان المدن والعواصم مما أدى إلى حدوث تغير أساسي في طبيعة الوظائف والأدوار التي تقوم بها وسائل الاتصال ولاسيما الصحافة والإذاعة هذا بالإضافة إلى أن الانتشار السريع للتليفزيون في الدول المتقدمة وتزايد نمو تأثيره في العالم الثالث فقد حمل معه تغيرات اجتماعية وثقافية متنوعة لا تزال في حاجة إلى استكشاف وتقييم لأبعادها المختلفة على الوجه الأكمل .

ويكاد النسيج الإعلامي في المجتمع المعاصر أن يمتنع عن الوصف ومرد ذلك إلى سببين :

أولهما : المكونات العديدة لهذا النسيج .

ثانيهما : المدى الواسع له .

إن هذا النسيج يحوي قدرات إنسانية وأدوات إعلام بسيطة ، وأخرى معقدة تخدم الأفراد والهيئات والجماهير ، كما يحوي النسيج الإعلامي هياكل أساسية وأنظمة متعددة وتكنولوجيا متقدمة ، ويدخل في تركيب النسيج مواد وآلات لجمع الرسائل الإعلامية ونقلها وتلقيها وتخزينها وإعادة بثها ، ويشترك في كل ذلك أفراد ومؤسسات لا حصر لها في دنيا الإعلام .

والإحصاءات الدولية عن الإعلام تدل دلالة قاطعة على ازدهار الإعلام في عالمنا المعاصر هذا من جانب ، ومن جانب آخر فإن النطاق الحقيقي للإعلام المعاصر هو الكرة الأرضية برمتها ، لقد أطلق "ماكلوهان" تعبير (القرية العالمية الإلكترونية) على الكرة الأرضية وهو تعبير صحيح في ذلك العصر .

حيث تلعب التكنولوجيا المعاصرة في وسائل الاتصال ونظم المعلومات دوراً كبيراً في إحداث تغييرات جوهرية على حاضرنا ومستقبلنا، أردنا ذلك أو لم نرد وسوف نترك هذه التغييرات آثاراً بارزة على البيئة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية لمختلف المجتمعات ، وتؤدي إلى خلق قنوات وطنية وعالمية لتبادل المعلومات ونقلها من خلال توظيف أحدث الأجهزة الإلكترونية والمغناطيسية .

وقد أضافت القنوات الفضائية بعدا آخر في حقل الاتصال الجماهيري وذلك من خلال الشبكات الدولية التي تتميز بسعة الانتشار والقدرة على الجذب والسرعة في توصيل الرسالة لتسهم بدورها في تحقيق عالمية المعرفة وإلغاء عنصري الزمان والمكان .

وتشكل الأقمار الصناعية الثورة الخامسة في عالم الاتصال الإنساني بعد الثورة الأولى التي تمثلت في اكتشاف الكلمة المنطوقة ، والثانية التي بدأت باختراع الكتابة ، والثالثة التي تلت اختراع الطباعة ، والرابعة التي نتجت عن اكتشاف تطور الإلكترونيات والتي ولدت معها الهاتف والبرق ، الراديو ، والتي أعقبها نقل الصور بخطوط المواصلات السلكية ، وبعد ذلك تحركت الصورة على شاشة "السينما" ثم صاحبها الصوت وجاء "التليفزيون" بعدئذ وعرض صوراً متحركة ناطقة للأحداث في وقت وقوعها .

فقد أدت الثورة العالمية التكنولوجية إلى ظهور ما يسمى بمجتمع المعلومات تواكبا مع القفزة الكبرى في تكنولوجيا الاتصال مما أسفر عن بروز إشكاليات وتحديات غير مسبوقة تتعلق بالوعي والقيم الإنسانية وأنماط السلوك البشري في إطار حضاري شديد التباين ، سواء في معدلات نوعية تطوره بين مجتمعات الشمال التي تمتلك مفاتيح وأدوات التقدم العلمي والتكنولوجي ومجتمعات الجنوب التي ما زالت تعاني من تركة المرحلة الاستعمارية السابقة وامتداداتها الراهنة في صورة أشكال جديدة من الهيمنة الاقتصادية والثقافية المفروضة عليها من دول الشمال وذلك في إطار ما يسمى بعولمة الاقتصاد والثقافة .

مما أسفر عن خلق حالة من البلبلة والانقسام الثقافي الحاد يسود أوساط النخب الثقافية في معظم مجتمعات الجنوب ومع التطورات التي يشهدها العالم المعاصر وتقودها دول الشمال في إطار المحاولات الدؤوبة

لعولمة الثقافة ، والتعليم ، والدين ، وسائر مكونات المنظومة الحضارية التي كانت تحتفظ باستقلال نسبي خارج دوائر وقيم السوق العالمية تبرز الأدوار الجديدة للإعلام والاتصال المعاصر حيث لم تعد تكنولوجيا الاتصال تشغل موقعا مركزياً فحسب في شبكة الإنتاج الصناعي بل بدأت تشغل موقع القلب في استراتيجية إعادة تنظيم العلاقة بين الدولة والمواطنين بين القوى المحلية والعالمية وبين المنتجين والمستهلكين وبين العمال والمديرين وبين الخبراء والمنفذين .

ومع الثورة في تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية والتحولات في النظام الدولي في مرحلة ما بعد الحرب الباردة حدث تغير في أدوار ووظائف الفاعلين الأساسيين في النظام الاتصالي الدولي "الدول – المنظمات الدولية – المنظمات الإقليمية والمنظمات غير الحكومية ، الشركات الاحتكارية متعددة الجنسيات " يبشر بظهور نظام اتصالي جديد أهم معالمه الزيادة الهائلة في الاتصالات وتبادل المعلومات بين شعوب العالم ، وسيطرة ثقافة وإعلام الصورة المرئية على الكلمة المقروءة والمسموعة ، وانهيار ما يسمى بالسيادة الإعلامية للدولة ، فمع ثورة تكنولوجيا الاتصال أصبحت الدول غير قادرة على منع أو رقابة المواد الإعلامية التي تصل إلى مواطنيها عبر البث الفضائي أو الموجات القصيرة للراديو .

كما تضاءلت للغاية قدرة الدولة على إخفاء المعلومات عن مواطنيها أو عن العالم الخارجي فالمواطن العادي يمكنه إرسال الخبر وتوزيعه بالهاتف أو الفاكس أو من خلال "الإنترنت" إلى خارج البلاد ، لقد أصبحنا نعيش عصر السماوات المفتوحة "Open Skies" .

فلقد حدثت قفزات سريعة ومتلاحقة انتشرت فيها وسائل الإعلام بأسعار رخيصة ، بين مئات الملايين من البشر في كافة أنحاء العالم وتطورت صناعة الكمبيوتر "والهاتف" "والألياف البصرية" "والفاكس" وظهرت شبكة "الإنترنت" وحدث انفجار معرفي ، وأصبح العالم منذ أوائل التسعينات وحتى الآن يمر بمرحلة تكنولوجية اتصالية جديدة تتسم بسمة أساسية هي المزج بين أكثر من تكنولوجيا اتصالية تمتلكها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة الاتصالية إلى الجمهور المستهدف ، لذا يمكن أن نطلق على هذه المرحلة مرحلة

تكنولوجيا الاتصال متعدد الوسائط Multi media والتكنولوجيا الاتصالية التفاعلية .

إن الترابط والاندماج بين الإعلام والاتصال والمعلومات جعل من الصعب تعريف الاتصال أو الإعلام بمعزل عن تطبيقات تكنولوجيا الاتصال الحديثة والمعلوماتية فقد أوجدت تكنولوجيا الاتصال البث التليفزيوني الفضائي والتكنولوجية الرقمية التي وفرت إمكانيات هائلة لنقل الصوت والصورة بدقة غير مسبوقة كما أوجدت وسائل الإعلام المرئية التفاعلية "والفيديو" تحت الطلب والصحافة الإلكترونية عبر شبكة "الإنترنت" علاوة على وسائل الاتصال المحمولة .

لقد ظهرت مسميات عديدة لاندماج الاتصال والإعلام والمعلومات مثل مجتمع المعلومات "أو المعلواتصالية" والمجال ما يزال مفتوحا لمزيد من التطور والاندماج بين هذه المجالات .

فانفجار المعلومات وثورة الاتصال قد أضفيا بشكل عام طابعاً دولياً على كافة وسائل الإعلام الجماهيرية وقد أصبح من الصعوبة بمكان التفرقة الدقيقة بين ما هو إعلام وطني وما هو إعلام دولي فالإعلام الوطني ينتجه مجتمع ما لمواطنيه قد أصبح له – وبشكل من الأشكال ومقصوداً أو غير مقصود بعداً دولياً ، فالبرامج التي تبثها محطات التليفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا وكندا واليابان ودول غرب أوروبا ، والتي أعدت في الأساس لجمهورها المحلي أصبحت تشاهد عبر الأقمار الصناعية في أنحاء متفرقة من العالم قد اكتسبت بذلك بعدا دوليا لم تسع إليه أصلا ولكن تطور تكنولوجيا الاتصالات جعل ذلك ممكنا .

كذلك فإن برامج هذه المحطات – بخلاف الإذاعات الموجهة تستهدف في الأصل المستمع المحلي ولكن التطور التكنولوجي أضاف إليها بدرجة ما بعدا دوليا نفس الظاهرة تنسحب أيضا على الصحف سواء منها الجرائد اليومية أو المجلات الأسبوعية أو الشهرية أو الفصلية فإن التقدم الكبير في وسائل المواصلات اختصر الكثير من الوقت والجهد والمال اللازم للتوزيع خارج الحدود الوطنية ، وقد شجع هذا التطور العديد من الصحف المحلية وخاصة التي تصدر باللغات الأكثر تداولا في العالم على التواجد في الأسواق العالمية .

أما الصحف الدولية من الأصل من الأساس بفضل فقد زادت فعاليتها وأتسع مجال انتشارها ووصلت إلي أماكن لم تكن تصل إليها من قبل بفضل تطور تكنولوجيا الاتصال فعن طريق جهاز (الفاكسيميلي) مثلا أمكن إرسال صفحات الجريدة بالكامل من المقر الرئيسي إلى أي مكان آخر في العالم حيث تطبع وتوزع على القراء في نفس الوقت الذي تطبع وتوزع فيه في مقرها الرئيسي ولم يعد مستغرباً أن نجد صحفاً دولية تطبع في عشر عواصم في وقت واحد .

ونتيجة للعوامل السابقة ولعوامل التطور والتقدم الأخرى العديدة في المجتمعات الحديثة زادت مساحات التداخل والتشابك بين الإعلام المحلي أو الوطني أو القومي وبين الإعلام الدولي .

مفهوم الإعلام والاتصال الدولي :

من خلال استعراض بعض تعريفات الإعلام الدولي لوحظ أن بعض الباحثين يربطون بين الإعلام الدولي والسياسة حيث يعرفه الدكتور "محمد على العويني" بقوله : "إنه وسيلة من وسائل السياسة الخارجية فإنه مع غيره من الوسائل يعمل على تحقيق أهداف هذه السياسة ، وتتمثل هذه الأهداف في تحقيق المصلحة الوطنية للدولة في المقام الأول وتختلف قوة هذه الأهداف باختلاف وزن الدولة ودورها في النظام الدولي .

بينما يرى الدكتور أحمد بدر أن الإعلام الدولي "تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير على تلك الجماهير وإقناعها بعدالة قضايا الدولة ، وبالتالي تتبنى جماهير الدول الأخرى لمواقف تلك الدولة ويضيف قائلاً : أن دور الإعلام هنا ودور الإعلام الدولي بصفة خاصة هو نقل الحقائق أو نقل صورة الشيء لا إنشاء هذه الصورة وبالتالي فإن الإعلام الدولي الناجح لا يمكن أن يصدر عن سياسة فاشلة ولا يمكن أن يصدر عن هزيمة عسكرية ، فالإعلام لا يرسم سياسة الدولة ولكنه يعبر عنها فقط ، ولكن الإعلام من الناحية التطبيقية قد استخدمن للتأثير على الناس عن طريق نص بعض الأخبار والحقائق وإغفال البعض الأخر .

وعلى كل حال فإن الإعلام الدولي يقصد به نقل المعلومات العلمية والحقائق والأخبار غير الملونة أكثر مما يقصد به أي شكل آخر

من أ شكال الاتصال نظراً لأن كلمة (الإ علام) تقصر عن التعبير عن ظاهرة الاتصال فالإدلاء من جانب واحد وهو الإعلام لا يعبر عن التفاعل والمشاركة أو عن رجع الصدى الذي تعبر عنه كلمة (اتصال) .

وهذا التعريف أيضا قد حصر مفهوم الإعلام الدولي في كونه أداة لتنفيذ سياسة الدولة وخلط متفرعات إعلامية بعضها ببعض .

غير أن الدكتور "محمد سيد محمد" يرى أن الإ علام الدولي لا يعد أداة لتنفيذ سياسة الدولة فحسب بل يمكن أن يكون وسيلة من الوسائل التي تستخدمها المنظمات الدولية لتحقيق أ هدافها فهو يعمل على توصيل رسالة المؤسسة أو الهيئة الدولية إلى الفئات المستهدفة فيقول "أن الإ علام الدولي هو الإعلام الذي يسهم به مجتمع أو جماعة أو هيئة أو مؤسسة في الساحة الإعلامية الدولية بحيث يستجيب لتلقية رجل الشارع العالمي أو المستمع أو المشاهد أو القارئ – بصفة عامة في العالم .

وهذا التعدد في تحديد مفهوم الإعلام الدولي يعكس حيرة واضطراب بعض الباحثين ويرجع ذلك إلى عدة تعريفات أهمها :

١- ارتباط وتداخل الإعلام الدولي بالدعاية الدولية .
٢- الاندماج والترابط الشديد بين وسائل الإعلام الجماهيرية "صحف وإذاعة وتليفزيون" ووسائل الاتصال الحديثة هاتف أقمار صناعية وفاكس ، وطرق مواصلات سريعة ...... الخ " وأجهزة الكمبيوتر وشبكات المعلومات "كالإنترنت" وغيرها مما يعرف بالمعلوماتية .

إن هذا الترابط الشديد وظهور الوسائط المتعددة Multimedia جعل من الصعوبة الفصل بين الإ علام والاتصال أو حتى التمييز بينهما فالقائم بالاتصال في الإعلام والاتصال الدولي يمكنه استخدام كل وسائل الإ علام والاتصال والمعلوماتية في النفاذ عبر الحدود والوصول إلى الجمهور في بلاد أخرى .

٣- إن تكنولوجيا الاتصال الحديثة والترابط بين الإ علام ووسائل الاتصال والمعلوماتية قلصت من الفروق بين الإ علام القومي أو الوطني ، والإ علام الدولي حيث يمكن للإ علام القومي أو المحلي أن يتجاوز دون قصد الحدود السياسية للدولة .

٤- كما أن الإعلام الدولي هو مجال اهتمام باحثين في تخصصات علمية مختلفة ، فالباحثون في الإعلام يهتمون بدراسة آليات عمل الإعلام الدولي وتأثيراته ، بينما يهتم الباحثون في مجالات السياسة والعلاقات الدولية بآثار الإعلام الدولي على السياسة ، كما أن الباحثين في مجال الاقتصاد وعلم النفس يهتمون بدراسة الإعلام الدولي ، ونظراً لأن كل باحث من هؤلاء ينظر إلى الإعلام الدولي في ضوء تخصصه فإن كلا منهم يقدم مفاهيم مختلفة للإعلام الدولي والعمليات المرتبطة به .

ولكن علينا أن ننبه إلى ضرورة الفصل بين مفهوم الإعلام الدولي من ناحية و بين مفهوم الاتصال الدولي الذي يتسع مجاله وتتعدد أهدافه وتتنوع فنونه فتشمل الإعلام والدعاية السياسية والدعاية التجارية والتعليم والتثقيف .

وعلى الرغم من أن هناك فارقا كبيرا بين الإعلام باعتباره تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم و بين مفهوم الدعاية والتي تعني بوجه عام "نشر الأفكار والمواقف التي تؤثر على الآراء والسلوك أو كليهما معا أو هي "فن إقناع السواد الأعظم من الشعب والتأثير فيهم عن طريق الإيحاء ".

ويعرف الاتصال الدولي بأنه "مجموعة الأنشطة والجهود التي تقوم بها دولة أو جماعة أو هيئة للإقناع بأهدافها خارج الدولة التي تنطلق منها هذه الأنشطة وذلك لتحقيق أغراض سياسية أو اقتصادية أو فكرية أو دينية من خلال نشر الأفكار والمعلومات والآراء وبواسطة وسائل الاتصال بالجماهير وأدواته المختلفة".

فاصطلاح (الاتصال الدولي) أكثر شمولاً وأكثر اتساعا ودقة من مصطلح (الإعلام الدولي) حتى وإن ارتبط بأهداف سياسية لتحقيقها وذلك لأن تحقيق الأهداف السياسية لا يقتصر على استخدام الإعلام فقط أيا كان مفهومه أو تعريفه ، وإنما يعتمد على كافة وسائل وأساليب وفنون الاتصال من أعلام ودعاية سياسية وتجارية ، وعلاقات دبلوماسية

وأنشطة اقتصادية و سياحية وعلمية وتعليمية وثقافية ، فضلاً عن أنه لا يقتصر على البرامج أو المواد الإخبارية والسياسة المباشرة بل كثيراً ما يوظف الفن وتوظف الثقافة لخدمة أهداف سياسية كما هو الحال في البـــرامج والمسلســـلات الإذاعيـــة والتليفزيونيـــة والأفـــلام الســـينمائية والتلفزيونيـة فضـلا عـن تصـدير الفـرق والعـروض الفنيـة المسـرحية والموسيقية وفرق البالية ، إلى جانب المعارض الثقافية المختلفة وترجمة الكتب ونشرها على أوسع نطاق ممكن .

والملاحظ على معظم الأبحاث والكتابات غير العربية نجد أنها تســتخدم مفهــوم الاتصــال الــدولي لا الإعــلام الــدولي فنــرى "فــورتنر Fortner يعرفه بقوله "الاتصال الدولي هو ببساطة العملية الاتصالية التي تحدث عبر الحدود الدولية ، أي تتجاوز الحدود السياسية للدول أو بعبارة مختصرة الاتصال العابر للحدود .

كمــا يــرى "ألــين" Alleyne أن الإعــلام الــدولي يختلــف عــن الاتصال الدولي فالأخير أكثر اتساعاً من الإعلام الدولي ومع ذلك فإن التـداخل والتـرابط بـين وسـائل الإعـلام ووسـائل الاتصـال والمعلوماتيـة جعلـت مـن الصـعب التمييـز بـين الاتصــال الـدولي والإعـلام الـدولي ، ويضـيف "ألـين" أن تكنولوجيـا الاتصــال دمجـت بـين أدوات الاتصــال والإعلام وشبكات الكمبيوتر بحيث أصبح من الصعب الفصل بينهما .

ولكننا نستخدم مصطلح (الإعلام الدولي) على اعتبار أن الإعلام يعني الدقة والموضوعية والصدق في نقل الأخبار والحقائق عن الدولة ، وعلى اعتبار أن الإعلام يخاطب العقول لا الغرائز والعواطف وربما كانت الدولة تعتبر نشاطها إعلاماًَ ونشاط الدولة المعادية دعاية .

غير أن كلمة (إعلام) نفسها قد أخذت هى الأخرى تتسم بنفس السمات التي لحقت بكلمة (دعاية) نتيجة للعبث والتزييف المقصود في الحقائق والأرقام والمعلومات عن الدولة .

والذي يهمنا هو أن الإعلام الدولي والدعاية الدولية هما جزآن من ظاهرة واحدة هي ظاهرة الاتصال الدولي ، واستخدامنا لتعبير (الإعلام الدولي) قائم على شيوع استخدامه في لغتنا الإعلامية المعاصرة .

مراحل تطور الاتصال الدولي :

يمكن تقسيم التطور التاريخي للاتصال الدولي إلى أربع مراحل رئيسية هي :

المرحلة الأولى : ١٨٣٥ : ١٩٣٢ :

تبدأ هذه المرحلة بظهور التجارب الناجحة "للتلغراف" عام ١٨٣٥م ثم استخدامه في فرنسا عام ١٩٤٠م ، وفي هذه المرحلة ظهرا "الهاتف" و "الراديو" عام ١٩٠٧ م ثم انتشر استخدام "الراديو" على نطاق جماهيري واسع في العشرينات .

والملاحظ أن هذه المرحلة قد وقعت خلالها الحرب العالمية الأولى "١٩١٤ – ١٩١٨" حيث طورت الحرب استخدامات التلغراف واللاسلكي والراديو خاصة استخدام الراديو في الدعاية والحرب النفسية .

كما أن هذه المرحلة شهدت مولد التجمع الجماهيري ، وظهور الرأي العام كقوة مؤثرة في صنع السياسات الداخلية والخارجية كما شهدت أيضا نشأة عصبة "الأمم المتحدة " وغيرها من المنظمات الدولية التي مارست أدواراً ووظائف اتصالية دولية ، كما حاولت وضع تنظيمات وقواعد للاتصال الدولي .

المرحلة الثانية : ١٩٣٣ : ١٩٦٥:

ارتبطت بداية هذه المرحلة بعصر الدعاية ، فقد شهدت وصول "هتلر" في ألمانيا واعتماده على الدعاية لضمان بقاؤه في السلطة ، كما بدأت هيئة الإذاعة البريطانية B.B.C في بث إذاعتها الدولية باللغة الإنجليزية ثم باللغات الأجنبية عام ١٩٣٥م وقامت الولايات المتحدة بتأسيس صوت أمريكا "وهكذا انتشرت الإذاعات الموجهة وازداد اهتمام الدول بالاتصال الدولي بعد اندلاع الحرب العالمية الثانية .

وبعد انتهاء الحرب انقسم العالم إلى معسكرين متناحرين : **الأول** المعسكر الغربي بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية وعضوية دول غرب أوربا ويدعو إلى الأيديولوجية الليبرالية بشقيها السياسي والاقتصادي .

والثاني : المعسكر الشرقي بقيادة "الاتحاد السوفيتي" السابق ودول أوربا ويدعو إلى "الأيديولوجية" الماركسية وقد أدى التنافس بلين المعسكرين إلى ظهور ما يسمى بالحرب الباردة التي أتاحت أشكالا عديدة من الصراع السياسي والاقتصادي والاتصالي والدعائي .

المرحلة الثالثة ١٩٦٥م – ١٩٨٩م :

واهم ما يميز هذه المرحلة انبثاق ثورة تكنولوجيا الاتصال والإعلام، من هنا فقد اتخذ عام ١٩٦٥م وهو العام الذي شهد إطلاق قمر صناعي "بداية هذه المرحلة المهمة في مسار تطور الاتصال الدولي .

كما اتسمت هذه المرحلة بدخول كثير من دول آسيا وأفريقيا في مجال نشاط الاتصال الدولي بعد حصولها على الاستقلال وفي هذا السياق برزت مشكلة الفجوة الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية والاتصالية بين دول الشمال والجنوب وسيطرة الدول الصناعية الغربية على صناعات الاتصال وإنتاج وتوزيع المضامين والبرامج الإعلامية والفنية والترفيهية علاوة على الأخبار والمعلومات ومن هنا ظهرت في السبعينات الدعوة لقيام نظام إعلامي دولي جديد .

المرحلة الرابعة ١٩٨٩م وحتى الآن :

ترتبط بداية هذه المرحلة التي ما نزال نعايشها ببداية تفكك الاتحاد السوفيتي وانهيار الكتلة الشرقية حيث تبلورت في هذه المرحلة التحولات السياسية والاقتصادية للرئيس السوفيتي السابق "جورباتشوف" وحدثت ثورات في دول أوربا الشرقية وكان للإعلام والاتصال الدولي دوراً في تفجيرها كما ظهرت الدعوة لقيام نظام دولي جديد لم تتشكل ملامحه النهائية حتي الأن .

ولعل ما يميز هذه المرحلة ظهور تكتلات سياسية واقتصادية كبرى كأوربا الموحدة وكذلك تسارع منجزات تكنولوجيا الاتصال ، والترابط والاندماج بين تطبيقات تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية وبداية دخول الدول الصناعية المتقدمة إلى عصر ما بعد الصناعة أو مجتمع المعلومات .

وفي إطار الاندماج والتزاوج بين ثورة الاتصالات والمعلوماتية أو ما يعرف بالثورة "المعلواتصالية" برزت الشركات متعددة الجنسية بين أهم المستفيدين وبالتالي ازدادت قوتها الاقتصادية والمالية ، وأصبحت من أبرز الفاعلين في النظام الاتصالي الدولي ، وتعددت الأدوار والوظائف التي تقوم بها إنتاجاً وتسويقا وتوزيعا لتكنولوجيا "المعلواتصالية" أو للأخبار وللمضامين التي تبث وتوزع عبر وسائل الاتصال الجماهيري والوسائط المتعددة وشبكات الكمبيوتر وبنوك المعلومات .

مهام الإعلام الدولي وسماته :

الغاية من أي نشاط اتصالي هو الإقناع والتأثير بما نقول لكي تحقق ما نريد وبالنسبة لما تريده الدولة هو تحقيق مصالحها الوطنية خارج حدودها ومن ثم أصبح الاتصال أداة من أدوات السياسة الخارجية أولاً وقبل كل شئ ، وعلى سبيل المثال الجهود الدعائية والإعلامية الأمريكية على الساحة الدولية أثناء أزمة (الخليج) حيث قامت الولايات المتحدة الأمريكية بأضخم نشاط اتصالي لتعبئة الرأي العام العالمي لتحبيذ وتأييد شن حرب عسكرية ضد العراق ولم يكن دافعها إلى ذلك سوى حماية مصالحها في المنطقة بينما لم تهتم أمريكا بالقيام بأي مجهودات أو أنشطة فاعلة في أزمات أخرى مثل أزمة الحرب في "البوسنة والهرسك" أو الحرب الأهلية في لبنان ، أو الاعتداءات الإسرائيلية الدائمة ضد العرب والفلسطينيين ولذا يمكن القول بأن الاتصال الدولي يؤدي عددا من المهام والوظائف التي تخدم مصالح الدولة على النحو التالي :

١- نشر المعلومات والأفكار والآراء التي تحقق للدولة صورة إيجابية خارج أراضيها .
٢- التعبير عن سياسة الدولة وتفسير مواقفها إزاء القضايا والمشكلات الدولية والعمل على الإقناع بسلامة هذه المواقف وأهميتها .
٣- التصدي للدعاية المضادة للدولة خارج أراضيها .

أما بالنسبة للمنظمات أو الجماعات أو المؤسسات فإن عملية الاتصال على المستوى الدولي تختلف باختلاف طبيعة الأنشطة التي تؤديها والأغراض التي تسعى إلى تحقيقها وتنصب الجهود الاتصالية على نشر كل ما يخدم هذه الأغراض ويحققها .

ولكي يتم تحقيق هذه المهام لابد من تحقيق عده نتائج تتحكم في عملية نجاح الإعلام الدولي أو إخفاقه من أهمها :

١- ضرورة التخطي العلمي والمنظم للإعلام الدولي .
٢- ضرورة الربط المحكم بين الإعلام الدولي والعمل الدبلوماسي .
٣- ضرورة أن ينبع الإعلام الدولي من لغة المصالح وأن يتحرر أو يبتعد عن لغة العواطف والانفعالات باعتبار أن الإعلام الدولي

يسعى إلى خلق علاقة المنفعة واصطناع أدوات الارتباط بالمصالح .

٤- ضرورة الاندماج والارتباط والتنسيق المتكامل بين الإعلام الدولي ومجموعة أدوات أخرى مكملة ومساندة له من أهمها :

- السياسة الثقافية وعملية التبادل الثقافي .
- السياسة السياحية وعملية الانفتاح الحضاري .
- سياسة المعونات الاقتصادية وتقديم المعونات الفنية .

أساليب الاتصال الدولي ووسائله :

يتخذ الاتصال الدولي عددا من الأساليب ويتم على عدة مستويات وفقا لطبيعة المصدر القائم بالاتصال والأغراض التي يصبوا إليها وعلى هذا فقد يأخذ الاتصال شكلا رسمياً حيث يمضي عبر القنوات الرسمية للدول ويخضع لاتفاقات تبرم بينهما وفي هذه الحالة يكون لكل دولة الحق في ممارسة أنشطتها الاتصالية على أرض الدولة أو الدول الأخرى من خلال أجهزة (إدارات أو مكاتب) ثقافية وإعلامية وسياحية واقتصادية .... الخ

وتستخدم هذه القنوات الدبلوماسية أو الرسمية عدة أساليب منها :

١- إصدار النشرات والمطبوعات المختلفة التي تقدم صورة إيجابية للدولة تاريخيا وحضارياً وسياسياً وصناعياً وبشرياً .

٢- إقامة الندوات والمؤتمرات والمحاضرات حول مختلف الموضوعات السياسية والفكرية والفنية والثقافية والتاريخية والأدبية والتي تخدم أهداف الدولة إعلامياً ودعائياً .

٣- عرض الأفلام التسجيلية والروائية التي تعكس الصورة الإيجابية للدولة من خلال إنجازاتها وتقدمها وحضارتها ومكل ما تنفرد به أو تتميز به على الساحة العالمية .

٤- تزويد وسائل الإعلام والدعاية في الدول المستهدفة بالمواد الإعلامية والدعائية المختلفة من معلومات

ومطبوعات وصور وبرامج إذاعية وتليفزيونية وأفلام سينمائية سواء عن طريق التبادل أو الإهداء أو البيع .

٥- تنظيم برامج لتبادل الزيارات بين الوفود الممثلة للمنظمات السياسية والفنية والثقافية والفكرية والإعلامية والشخصيات الشهيرة في هذه المجالات .

٦- تزويد رعايا الدولة من المواطنين المقيمين خارج الدولة بالمعلومات حول ما يجري في الوطن من قضايا وأحداث وتفسير سياسة الدولة إزاء الأحداث الجارية محليا وعالميا وتوطيد صلاتهم بالهيئات التي تمثلهم في الخارج مثل السفارات والمكاتب الإعلامية والثقافية والسياسية وتأسيس الروابط والمجتمعات التي تجمع شمل هؤلاء والإفادة من جهودهم وأنشطتهم كجزء من الجهود والأنشطة الدعائية للدولة .

٧- استخدام الإعلانات التجارية في الصحف ووسائل الإعلام – حسب مقتضيات الحال – للدعاية للمنتج الوطني وترويجه في الخارج .

أما الشكل الأخر الذي يتخذه الاتصال الدولي وهو الأنشطة التي تستخدم بالجماهير بعيدا عن الاتفاقات الدبلوماسية والبروتوكولية ولا تخضع لموافقة الدولة المستهدفة أو رفضها وهي الإذاعة التي لازالت أهم الوسائل المستخدمة في هذا المجال نظراً لخواصها الفريدة في نقل الأحداث بطريقة فورية خارج الحدود وعبر مسافات شاسعة ولجمهور المتعلمين والأميين على السواء ، وقد بدأ التليفزيون يخطوا الآن لإكساب هذه الخواص هو الأخر فيجتاز إرساله حاجز المسافات بواسطة الأقمار الصناعية .

أضف إلى ذلك الصحف التي تتوقف قدراتها على اختراق الحدود على موافقة هذه الدول الأخرى وكذلك وكالات الأنباء والتي هي أدوات ووسائط لجمع الأخبار وتوزيعها على مستوى العالم .

سمات الاتصال الدولي :

توجد مجموعة من السمات أو الخصائص التي تميز الاتصال الدولي عن غيره من عمليات الاتصال الأخرى ، وأهم هذه السمات .

١- **العمدية أو القصدية** ، أي تعمد المؤسسات التي تعمل بالاتصال في المجال الدولي الوصول إلى جمهور محدد في دولة أو دول أخرى .
٢- **توافر أدوات اتصال جماهيري** تتسم باستخدام التكنولوجيا المتطورة حتى يمكن أن تنقل الرسائل بوضوح ونقاوة إلى الجمهور في دولة أو دول أخرى .
٣- **تنوع المضامين** ، بحيث تلبي احتياجات ورغبات قطاعات واسعة من الجمهور في دولة أو دول أخرى وفي هذا الإطار يمكن أن تشتمل هذه المضامين على مواد تسلية أو برامج وحوارات وأفلام ومسلسلات وغير ذلك .
٤- **السمات الثقافية** : أي عدم إغفال الأبعاد الثقافية في عملية الاتصال الدولي فوسائل الاتصال الجماهيري تحمل رموزا لها معاني ثقافية ، وبالتالي لها تأثيرات ثقافية كما أنها لكي تكون مؤثرة يجب أن تراعى اللغة والخصوصيات الثقافية للشعوب والدول الأخرى والملاحظ أن هذه الآثار والنتائج الثقافية للاتصال الدولي كانت وما تزال موضوعا للجدل والنقاش بين الباحثين ، حيث يرى فريق منهم أن الاتصال الدولي يعني نقل القيم الثقافية والأخلاق الاجتماعية للدول المهيمنة على نظم الاتصالات الدولية فيحدث غزو ثقافي ، أو اختراق ثقافي بينما يؤكد فريق أخر أن الشعوب والدول لا يمكن أن ترفض الاتصال الدولي أو تمنع وصول وسائله إلى مواطنيها وانه لا خوف من الغزو الثقافي ، أو الاختراق الثقافي فلكل شعب ثقافته العميقة المستندة إلى تراث عميق وخبرات طويلة ، ومن ثم فهذه الثقافة الوطنية تستطيع مواجهة التحديات الثقافية العربية .
٥- **السمات السياسية** : ويقصد بها الجوانب السياسية للاتصال الدولي ، وتشمل الأهداف السياسية المباشرة وغير المباشرة للاتصال الدولي ، وآثاره ونتائجه على العلاقات بين الدول .
٦- **السمات الاقتصادية** : ويقصد بها اقتصاديات الاتصال بمعنى تكلفة امتلاك أو استخدام وسائل اتصال قادرة على النفاذ عبر حدود الدول الأخرى ، بالإضافة إلى تكلفة تشغيل هذه الوسائل وإداراتها والدخل المنتظر منها أي – المردود أو العائد الاقتصادي- وقد ازداد الاهتمام بالجوانب الاقتصادية للاتصال الدولي بعد التطور التكنولوجي الهائل

واستخدام البث التليفزيوني الرقمي والبث عبر الأقمار الصناعية وشبكات المعلومات أو ما يسمى طريق المعلومات السريع Information Super High Way .

وهو عملية تكنولوجية تستهدف زيادة القدرات الحالية على نقل المعلومات والصور والصوت بسرعة فائقة معتمدة في ذلك على منظومة متكاملة من الأقمار الصناعية والشبكات الأرضية التي تضم محطات الإرسال والاستقبال وتعتمد هذه التكنولوجيا على النظم المتطورة لضغط الإشارة الرقمية مما يمكنها من بث واستقبال الرسائل التليفزيونية والإذاعية والصحفية والمعلومات في حيز ترددي صغير جداً تم ضمها في حزمة واحدة لإرسالها واستقبالها من خلال الشبكات الفضائية والأرضية ومن شأن هذا الطريق السريع للإعلام تطوير عمليات الاتصال بدرجة هائلة فمن ناحية الكم يضاعف هذا الطريق من حجم الرسائل التي تبث عدة مرات ، ومن ناحية الكيف يعمل هذا الطريق السريع بما يستخدمه من أرقى التكنولوجيا المتقدمة على تحسين الكفاءة والجودة الفنية لهذه الرسائل بدرجة هائلة .

فلقد فرضت تكنولوجيا الاتصال نفسها بقوة على العصر الذي نعيش فيه بصورة واضحة حيث أصبح العالم بفضل هذا التطور المذهل يعيش في بقعة محدودة تحدث عوامل الزمان والمكان متزامنة في وجودها وتطورها مع ثورة المعلومات فمع كل تطور في تكنولوجيا الاتصال تتطور معه موارد المعلومات وتطورها يبشر بأن العالم يتغير تغيرا سريعا، وأن التقنيات القديمة آخذة في الانحسار .

وارتفعت مكانة التكنولوجيا المعاصرة بعد أن أصبح الإعلام صناعة ضخمة تحتاج لإمكانيات كبيرة ، مما جعل الدول المتقدمة والغنية والقوية تتبوأ مواقع القيادة والريادة في هذا المجال ، وأصبح عدد قليل من التجمعات الرأسمالية والاقتصادية الغربية تسيطر على السوق العالمي لإنتاج وتوزيع السلع والخدمات الإعلامية ، وغدت هذه الصناعة خاضعة لإمبراطوريات ضخمة تنظم السوق وفق ظروفها ومصالحها واحتياجاتها .

وهذا يحتم ضرورة إعادة النظر في بعض المفاهيم والنظريات التي تفسر عمل وسائل الاتصال وتأثيراتها سواء على المستوى الفردي

أو المستوي المجتمعي أو المستوى الدولي في ضوء أوضاع منتصف التسعينات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية .

فعلى الرغم من أن الوسائل الاتصالية التي أفرزتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالية الراهنة تكاد تتشابه في عديد من السمات والوسائل التقليدية . إلا أن هناك سمات مميزة للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة مما يلقي بظلاله ويفرض تأثيراته على الوسائل الجديدة، ويؤدي إلى تأثيرات معينة على الاتصال الإنساني **وأبرز هذه السمات التي تتصف بها تكنولوجيا المعلومات والاتصال الراهنة هي :**

١- **التفاعلية** Interactivity :

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في العملية الاتصالية تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها ، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية ، وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد : (ز) أن يأخذ فيها موقع الشخص (م) ويقوم بأفعاله الاتصالية ، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه ، وكذلك المستقبل ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثقافية ، التبادل ، التحكم المشاركين ومثال ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة .

وخاصية التفاعلية مطلوبة ومرغوبة في أنظمة الاتصال حيث يمكن للسلوك الاتصالي أن يكون أكثر دقة وفاعلية وإثباتا للمشاركين في عملية الاتصال.

٢- **اللاجماهيرية :**

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جامعة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي ، وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها .

ومن المعروف أن الإعلام الجماهيري خرج من رحم هندسة الإلكترونيات التي منحته عصاه السحرية "الإذاعة المسموعة والمرئية"

، وارتبط نموه ارتباطا عضويا مع ما يحدث على صعيد تكنولوجيا المعلومات، خاصة على جبهتي الإلكترونيات الدقيقة والاتصالات وإن كان "الراديو والتليفزيون" قد نجحا في تحويل **أعلام الصفوة** إلى **أعلام الكتلة** أو الجماهير .

فإن تكنولوجيا المعلومات تسعى حاليا لنقل **الإعلام الجماهيري** إلى مرحلة **الإعلام التخصصي** ، وعلى حين كان الحديث في الماضي عن البث على نطاق واسع "Brood cast" تسمع حالياً عن البث على النطاق الضيق "Narrow cast" يهدف تصويب الشحنة الإعلامية لفئات بعينها ، إن الإعلام يتجه من نظام يبث الرسالة نفسها لعامة مشاهديه إلى نظام يتيح للمشاهد أن ينتقي مواد إعلامية وتحديد مواعيد استقباله لها أو اختيار موضوعات جريدته من ضمن قاعدة كبيرة من المواد الجاهزة للنشر وتحديد شكل إخراج هذه الجريدة Personalized Newspaper .

ولم يكن لذلك أن يحدث دون التقدم الهائل في مجال تكنولوجيا الاتصالات ، حيث توافرت وسائل علمية لربط مراكز البث الإعلامي لفئات جماهيرية من خلال كابلات الاتصال المباشر أو من خلال شفرات خاصة .

هذا من حيث علاقة مراكز الإعلام بمشاهديها ، أما علاقة المشاهد بمعدات استقبال المواد الإعلامية ، فتتجه إلى الاندماج في نظام متكامل للترفيه المنزلي Home Entertainment system يجمع بين الراديو والتليفزيون والمسجلات بأنواعها وأجهزة العرض تعمل جميعها تحت سيطرة الكمبيوتر ، ويمثل الفيديو التجاوبي Interactive Vides ثورة حقيقية في عالم الترفيه والتثقيف والتعليم ، حيث يمكن المشاهد في منزله من ممارسة أنشطة أقرب ما تكون للأنشطة الحقيقية ، فقريبا جدا سيقوم المشاهد بزيارة المتحف والتجول في المعارض وزيارة المواقع الأثرية وهو جالس أو راقد في موضعه .

كما أن هناك اتجاه آخر لدمج وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية خارج المنزل معا وهي جهاز الاستماع الموسيقى "الواكمان" وجهاز الاستدعاء "البيجر" "التليفون الخلوي" ، "الحاسب الإلكتروني الشخصي" ، "والحاسب الإلكتروني المحمول" Laptop Computer

حيث يخطط لمزجها جميعاً في جهاز واحد للاتصالات يسمح للأفراد بالاتصال بأي شخص في أي مكان في العالم وظهرت بواكير ذلك في الجهاز الذي طورته شركة أبل "Apple" للحاسبات الإلكترونية عام ١٩٩٣م باسم New to Computer وضم داخله مفكرة مؤسسية ، حاسب إلكتروني محمول ، وجهاز فاكس في جهاز صغير لا يتجاوز وزنه ٣ كجم .

٣- اللاتزامنية :

وتعنى امكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلاً في البريد الإلكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة .

٤- قابلية التحرك :

فهناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء حركته مثل "التليفون النقال" ، "تليفون السيارة أو الطائرة" "التليفون المبرمج في ساعة اليد" ، وهناك آلة لتصوير المستندات وزنها عدة أوقيات ، وجهاز فيديو يوضع في الجيب، وجهاز فاكسيميل يوضع في السيارة وحاسب إلكتروني نقال مزود بطابعة .

٥- قابلية التحويل :

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لأخر ، كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس ، وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية ظهرت مقدماتها في نظام مينتيل الفرنسي .

٦- قابلية التوصيل :

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنويعة كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد التي تم فيه الصنع .

٧- الشيوع أو الانتشار :

ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع . وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة ، نلمح ذلك في "التليفون" وبعده "الفاكسيميل" وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية ، وفي رأي "الفن توفلر" أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرقا لتوسيع النظام الجديد للاتصال ليشمل لا ليقضي من هم أقل ثراء ، حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة لغير القادرين على تكاليفها .

٨- الكونية :

البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية ، حتى تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إليكترونياً عبر الحدود الدولية جيئة وذهابا من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية ، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم .

كما أن وسائل الإعلام الإلكترونية تسيطر مجموعة من الشركات المتعددة الجنسية في العالم مثل شركات "Sony" في اليابان " Time Warner"في الولايات المتحدة الأمريكية وهي التي حولت عمل وسائل الإعلام الإلكترونية من النشاط المحلي إلى النشاط الدولي .

الإعلام الدولي عبر التاريخ :

أن تراكم وسائل الاتصال عبر تاريخ الإنسان الطويل بدءاً من الاتصال الشفهي ، مروراً بالكتابة وحتى ظهور شبكات التليفزيون العملاقة واتصالات الفضاء ، وغير ذلك من تقنيات الاتصال الحديثة ما هو إلا ترجمة دقيقة لتعقد الحاجات الإعلامية أو الاتصالية للإنسان في مراحل تطوره منذ فجر التاريخ أي أن المقارنة بين النقوش التي خلفها البدائيون على جدران وأسقف كهوفهم وبين رسائل الأقمار الصناعية التي تجوب المدارات الفضائية حول الأرض - من وجهة نظر اتصالية - تعكس إلى حدود بعيدة الفرق بين حاجات الإنسان الاتصالية في فجر التاريخ وبين الحاجات الاتصالية للإنسان المعاصر ، فلقد كانت كل وسيلة اتصالية جديدة يبتكرها الإنسان هي بمثابة تعبير عن حاجة اجتماعية ملحة تمكن الإنسان من التطور والتقدم .

فقد تطورت أدوات ووسائل الاتصال ، فمن اللغة كوسيلة اتصال اخترع الإنسان الكتابة ثم الخطابة ، ثم الطباعة ، ثم أدوات الاتصال السلكية واللاسلكية ، وأخيراً وسائل الاتصال الإلكترونية والكمبيوتر .

أما الاتصال الدولي فقد ظهر في صورة بدائية مع نشأة الدول والإمبراطوريات القديمة حيث كانت هناك علاقات تجارية ودبلوماسية بين الحضارات القديمة .

ويحفل تاريخ الحضارة القديمة بوثائق وحفريات عن اتصالات لا تنقطع بين هذه الحضارات وقد استمرت هذه الاتصالات بين الدول والحضارات خلال القرون الوسطى وعصر النهضة ، ومورست أشكال مختلفة من الاتصال كالدعاية أثناء الحروب والصراعات السياسية أو الدينية .

وكان من الطبيعي أن يتغير الاتصال من جميع نواحيه مع نزول القرآن الكريم وانتشار الإسلام لأن الإسلام قد غير العقيدة والفكر والمعاملات والقيم والأخلاق عند العرب ، ولأن الإسلام دعوة عالمية أوجب الله تبليغها إلى الناس جميعا ، كل هذا أدى إلى تغير أنماط ومستويات الاتصال ، فقد تطور الاتصال من القبيلة التي تناسب الحياة في الجزيرة العربية قبل الإسلام إلى العالمية التي تطلبها وجوب نشر الإسلام في العالم كله .

وبطبيعة الحال تطورت أشكال الاتصال مع اختراع الطباعة وظهور الصحف والمجلات وتقدم المواصلات لكن كل هذه الممارسات الاتصالية لا تعد اتصالا دوليا بالمعنى العلمي المتعارف عليه الآن ، بل مجرد جذور وبدايات أولى وذلك لسببين رئيسين :

- **الأول** : محدودية انتشار وتأثير وسائل الاتصال المستخدمة في الاتصال الدولي ، فظهور المطبعة وانتشار الصحف والمجلات لا يمكن أن يقارن بعصر التلغراف واللاسلكي والراديو .
- **الثاني** : ارتباط الاتصال الدولي بظهور الدولة القومية الحديثة ذات السيادة على حدودها ، والتي لم تبدأ في التشكل إلا في القرن الحادي عشر ، أما قبل ذلك فكانت الدول والإمبراطوريات القديمة لا تعرف الحدود بالمعنى المتعارف عليه اليوم كما كانت الدول القديمة تمارس الاتصال الدولي في نطاق حيز ضيق يقتصر على

النخبة الحاكمة في الدول الأخرى بعيدا عن الجمهور العام أو محاولة تشكيل وكسب الرأي العام ، لذلك يمكن اعتباره اتصالا أقرب إلى العمل الدبلوماسي فكثير من الأنشطة والوظائف الدبلوماسية يعد اتصالاً .

الفصل الثاني

الاختلال الإعلامي على المستوى الدولي

اكتسب الاتصال في النصف الثاني من القرن العشرين بعدا عالميا عميق الجذور متعدد الجوانب ، وكان ذلك نتيجة حتمية لعدة عوامل سياسية واقتصادية واجتماعية بالإضافة إلى الثورة التقنية التي أدت إلى عدة مظاهر نشهدها ونحسها جميعاً ، ولعل هذه المظاهر في مقدمتها السرعة الفائقة التي تمارس بها وسائل الإعلام الحصول على المادة الإعلامية ثم بثها ونشرها وقيام شبكة معقد من العلاقات مختلفة الأنماط والأشكال امتدت عبر العالم كله وتأثر بها الإنسان في كل مكان فلم يعد من الممكن لأي شعب أن يعيش بمعزل عن العالم وأصبحت كل أمة بل كل مجموعة بشرية تمثل جزءاً من الواقع اليومي لسائر البشر .

وكان طبيعياً أن يؤدي هذا الوضع الإعلامي المتميز إلى بروز عدد من المتناقضات التي أسفرت عن عدة مشكلات شائكة لقد أصبحت شعوب كثيرة – تضمها أساساً مجموعة دول العالم الثالث تمثل "المستهلك الإعلامي" بينما تمثل الدول الصناعية المتقدمة في الغرب "المنتج الإعلامي" وبالرغم من تحرر أكثر من بليون من الناس من ربقة الاستعمار في هذه الحقبة فإن ظروف العالم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية وغيرها أدت إلى أن تقع هذه المجموعة الضخمة من البشر مع غيرها من الأمم النامية – تحت سيطرة العالم المتقدم سياسيا واقتصاديا والأخطر من هذا أنها وقعت من خلال الإعلام – تحت سيطرته الثقافية والفكرية .

ولقد حظي موضوع الاختلال الإعلامي على المستوى العالمي باهتمام الباحثين منذ منتصف القرن الحالي وتزايد هذا الاهتمام مع تطوير وسائل الإعلام وتعدد أشكالها ودخولها في شتى مجالات الحياة

كعنصر أساسي لا غنى عنه ، حتى انه بات من المتعذر تخيل شكل الحياة بدونها في السنوات الأخيرة .

وكانت الدراسات والنقاشات تدور في فترة من الفترات حول محور الاختلال والتوازن في التدفق الإعلامي ما بين دول الشمال الغنية والمتقدمة ودول الجنوب الفقيرة والنامية ، وكانت الخلافات محتدمة ما بين طرفي المعادلة حول موضوعين رئيسيين : **حرية تدفق المعلومات ،** وهي الدعوة التي كانت تواجه بالرفض والمقاومة من دول الجنوب التي كانت تستشعر خطر هذه الحرية على ثقافتها المحلية التي لا تستطيع مواجهة الإعلام المبهر والأكثر تقدما لدول الشمال و في المقابل كانت مجموعة دول الجنوب تنادي بإيجاد نظام إعلامي جديد يتيح تحقيق لون من التوازن في التدفق الإعلامي بحيث يسير هذا التدفق في اتجاهين من الشمال إلي الجنوب ومن الجنوب إلى الشمال .

وبينما كان الحوار محتدما بين الجانبين كانت التطورات التكنولوجية تمضي في مسيرتها لتخلق لونا من الحتمية الجديدة التي فرضت أمرا واقعيا على الساحة الدولية قلبت الأمور رأسا على عقب بحيث أصبحت حرية التدفق من المسلمات التي لا جدال حولها وبعد أن كانت حرية تدفق المعلومات قضية مثارة بين دول الشمال ودول الجنوب وجدت بعض دول الشمال و في مقدمتها دول أوربا الغربية ذاتها نفسها عرضه لتيارات عاتية من رياح الإعلام الوافد إليها من الغرب أي من الولايات المتحدة الأمريكية في عصر السماوات المفتوحة وشبكة المعلومات الكونية وعلى رأسها شبكة "الإنترنت" .

ولم تعد القضية حرية أو لا حرية ولكن القضية الرئيسية الآن أن العالم أصبح منقسما بين عالمين : عالم يملك و عالم معدم وتتزايد الهوة يوما بعد يوم بين العالمين والملكية المعنية هنا هي ملكية المعلومات والتكنولوجيا المسخرة لأغراضها ، ومن ثم لأغراض الزراعة والصناعة وكل أسباب التقدم ولم يعد التراكم المعرفي الذي كان يستغرق آلاف السنين في عصر الزراعة ومئات السنين في عصر الصناعة . لم يعد يتجاوز سنوات العقد الواحد في عصر المعلومات وبات اللحاق بما هو جديد في عالم التكنولوجيا أمراً لا يقدر عليه إلا الذي يملكون أدوات العصر الجديد ويعملون بقواعده .

والمقارنـة بـين مـن يملكـون ومـن لا يملكـون تتكشـف مـن بعـض الأرقام فعلى سبيل المثال نجد أن قارة بأكملها كالقارة لا تملك سوى ١٢٥ مائـة وخمسـة وعشـرون صـحيفة يوميـة مقابـل ١٦٠٠ ألـف وسـتمائة صحيفة في الولايات المتحدة الأمريكية بمفردها .

وأتضح قصور استقلال دول العالم الثالث إزاء التبعية الإعلامية الواضحة وأصبح لابد من "الاستقلال الإعلامي" مع كل من "الاستقلال الاقتصادي" و"الاستقلال السياسي" لكي يصبح مدلول الاستقلال كاملا وأدت الهيمنة الإعلامية من خلال مؤسسات الدول المتقدمة إلى إحكام نفوذها على الهياكل الإعلامية في الدول النامية ، وأثر ذلك بوضوح على عملية التدفق الإعلامي فأصبحت في معظمها فيضا غامراً من جانب واحد ومن هنا أصبح الاختلال الكبير والتفاوت الصراخ من ابرز سمات الاتصال الولي بين البلاد المتقدمة والبلاد النامية أو كما يقولون بين الشمال والجنوب .

و بدأ الاهتمام بأوضاع ومشكلات التدفق الإعلامي الدولي منذ نهاية عقد الستينات واتخذ في العقد التالي شكل الصراع بين الشمال والجنوب ، فيما عرف بالسعي لإقامة نظام الإعلامي دولي جديد و هو الصـــراع الــذي انتهـــى بانســحاب الولايـــات المتحـــدة الأمريكيـــة مـــن "اليونسكو" ثم ما لبث الاهتمام بهذه المشكلة يقل تدريجياً مع نهاية عقد الثمانينات على مستوى اهتمام الدول .

ويتسم التدفق الإعلامي الدولي باختلال أو عدم التوازن من حيث كمه وكيفه ، ويأخذ هذا التدفق اتجاها رأسياً من الشمال إلى الجنوب ، من الدول الصناعية المتقدمة إلى الدول النامية الأقل تصنيعا كما يسير على محور غرب – شرق من أمريكا الشمالية و غرب أوربا إلى دول شرق أوربا والاتحاد السوفيتي – "سابقا" ولا يعد الاتجاه الأول تبادلا دوليا لما يتسم به من اختلال كمي صارخ نتيجة للتفاوت في حجم وكم المواد الإعلامية المتدفقة من الدول المتقدمة إلى الدول النامية وحجم وكم المواد المتدفقة في الاتجاه العكسي .

ويحدث الاختلال ذاته وبصورة أقل بين الدول المتقدمة ذاتها على النطاق الإقليمي بين الدول الأوربية ذاتها وبينها وبين الولايات المتحدة الأمريكية وبين الولايات المتحدة وكندا على سبيل المثال .

فما زالت بعض الدول أكثر قدرة على إنتاج وجمع وتوزيع الأذباء والمعلومات وأكثر وفره وأعلى جودة في إنتاجها الإعلامي والثقافي في الوقت الذي تقل فيه قدرات دول أخرى ، على الرغم من وضعها الاقتصادي وارتفاع مستواها العلمي والثقافي كسويسرا والنمسا مثلا .

ولقد أدى هذا الاختلال إلى إثارة المخاوف من الغزو الثقافي بين الدول المتقدمة ذاتها فقد أثيرت هذه المخاوف في كل من "إيطاليا وهولندا وفرنسا وفنلندا والدنمارك" فقد أعربت الحكومة الفرنسية صراحة عن مخاوفها مما أسمته بإمبريالية اللغة الإنجليزية ، بينما أعربت الحكومة الفرنسية صراحة عن مخاوفها من الاستعمار الثقافي ولم تقف الحكومات الأوربية عن حد الإعراب عن قلقها من خطر البرامج الأجنبية على هوياتها الثقافية ولكنها اتخذت إجراءات ملموسة لوقف هذا الخطر ولعل الخلاف الشهير بين "فرنسا" والولايات المتحدة " حول اتفاقية الجات ولعل أشكال هذه الأمثلة .

ولقد أصدرت فرنسا ، تشريعاً يقضي بألا تزيد نسبة البرامج الحكومة الفرنسية الأجنبية في محطات الكوابل عن ثلاثين في المائة من إجمالي البرامج ، كما تشجع الحكومة الفرنسية اتحاداتها المعنية ، وصناعاتها الثقافية على إنشاء تكتلات إعلامية تستطيع مواجهة الإنتاج الضخم للشركات الأمريكية كما تبذل الحكومة الهولندية جهودها منذ عام ١٩٨٧ لإدخال تشريعات على قوانينها لتحديد نسبة المواد القومية التي يجب تضمينها في برامج الإذاعة والتليفزيون كذلك اقترحت الحكومة "الفنلندية" ألا يقل الحد الأدنى من البرامج الفنلندية على شبكات الكوابل عن أربعين في المائة من إجمالي البرامج .

وفي كندا هناك شكوى مريرة من أن الشباب الكندي يعتبر نفسه أمريكيا وأن الهوية الوطنية الكندية أصبحت في طريقها للاندثار ، وفي دول أمريكا اللاتينية أمثلة واضحة على ذلك كما أن هناك دراسات عديدة أشارت إلى مخاطر التبعية الناتجة عن الاختراق الإعلامي في دول كثيرة منها "كوريا الجنوبية والفليبين والصين وإسرائيل والسويد والأرجنتين وتايوان واستراليا وغيرها .

وعلى هذا وكما ذهبت اللجنة الدولية لدراسية مشكلات الإعلام فإن الاختلال الإعلامي على النطاق الدولي أصبح ظاهرة متشبعة ومعقدة

تحدث من حيث الكم والكيف بأشكال مختلفة على كل المستويات حيث يوجد :

١- اختلال بين الدول المتقدمة والدول النامية .
٢- اختلال بين الدول ذات الأيديولوجيات المختلفة .
٣- اختلال بين الدول المتقدمة المنتمية إلى ذات النظام السياسي وبخاصة بين الدول الكبرى .
٤- اختلال بين الدول النامية ذاتها .
٥- اختلال كمي بين الأنباء السياسية والأنباء المتعلقة بالمسائل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية للدول النامية .
٦- اختلال كمي بين ما جرى العرف على تسميته بالأنباء السارة والأنباء السيئة.
٧- اختلال بين الأنباء المتعلقة بالأحداث الجارية والمعلومات التي تتناول بعمق موضوعات لها أهميتها في حياة الشعوب مثل موضوعات التنمية .

ولقد حظيت قضية الاختلال وعدم التوازن في النظام الإعلامي الدولي القائم باهتمام العديد من المؤتمرات والندوات الإقليمية والدولية خاصة في إطار دول عدم الانحياز وكذلك في إطار الأمم المتحدة بمنظماتها المتخصصة (خاصة اليونسكو) فمنذ أن انعقد مؤتمر قيمة عدم الانحياز بالجزائر عام ١٩٧٣ والذي جاء في أحدى توصياته "انه من واجب بلدان عدم الانحياز تغيير الوضع المنحاز وتحرير الإعلام ووضع تصور لنظام إعلامي عالمي جديد .

وفي إطار اليونسكو احتلت هذه القضية مكان الصدارة في المؤتمر الإقليمي الذي عقد في سان جوزية "كوستاريكا" في يوليو عام ١٩٧٦م ثم في مؤتمر اليونسكو العام الذي عقد في "نيروبي" خلال شهري أكتوبر ونوفمبر عام ١٩٧٦م وتتضح إشكاليات هذه القضية من خلال الوثيقة التي قدمت إلى اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام حيث وضعها فريق من خبراء الإعلام بالدول النامية وأقرها مجلس التنسيق الحكومي لدول عدم الانحياز في تونس عام ١٩٧٧م وتولى "مصطفى المصمودي" الذي كان وزير للإعلام في تونس تقديمها إلى

اليونسكو وعندما نشرت كأحد وثائق اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام والتي شكلتها "اليونسكو" ووجهت بانتقادات شديدة من قبل دول الشمال واقترنت منذ ذلك الحين باسم "مصطفى المصمودي" وحوت فكر الدول النامية في هذه الصدد وجاء فيها **"أن ثمة أسباب ومبررات سياسة وقانونية وفنية ومالية تدعو لإقامة نظام عالمي جديد للاتصال والإعلام وتعرضت الوثيقة في سياق شرحها للأسباب والمبررات السياسية لموضوع الاختلال الإعلامي على المستوى الدولي"**.

وقد تبنت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام معظم ما جاء في الوثيقة خاصا بالاختلال الإعلامي الدولي وهو ما رفضته دول الشمال .

وتتعلق **أولى الإشكاليات** التي طرحتها الدول النامية بحجم الاختلال الإعلامي ذاته ومبرراته إذ ترى الدول النامية أن هذا الاختلال قد نشأ عن التفاوت بين حجم الأنباء والمعلومات الصادرة عن العالم المتقدم والموجهة إلى الدول النامية وحجم التدفق في الاتجاه العكسي وأنه يصدر ما يقرب ٨٠% من تدفق الأنباء العالمي عن الوكالات غير الوطنية الكبرى ، غير أن هذه الوكالات لا تكرس لأنباء الدول النامية إلا نسبة تتراوح ما بين ٢٠% و٣٠% من تغطيتها الإعلامية على الرغم من أن البلاد النامية تشكل ما يقرب من ثلاثة أرباع البشرية ، وينجم عن هذا احتكار واقعي من جانب الدول المتقدمة ومثال ذلك ترسل وكالة "أسوشيتدبرس" على خطوط نشرتها العالمية إلى آسيا من "نيويورك" متوسط ٩٠ ألف كلمة يومياً إلى "نيويورك" للتوزيع العالمي وترسل وكالة "يونيتد برس الدولية" من نيويورك إلى آسيا أنباء عامة يبلغ مجموعها مائة ألف كلمة أما ما يرسل من جميع مناطق آسيا إلى "نيويورك" فإنه يتراوح ما بين ٤٠ألفاً و٤٥ ألف كلمة يومياً .

وتتعلق **الإشكالية الثانية** بمسئولية وكالات الأنباء الدولية في فرض تصوراتها النابعة من مصالح نظمها وأصحابها على الدول النامية وبهذه الطريقة لا تغطي أحداث العالم إلا بالقدر الذي يناسب مصالح مجتمعات معينة وكذلك تشوه المعلومات استنادا إلى القيم الأخلاقية والثقافية والسياسية الخاصة بدول معينة تحديا لقيم الأمم الأخرى

واهتماماتها ، وتقوم معايير الاختيار بوعي أو بدون وعي على أساس المصالح السياسية والاقتصادية للوكالة غير الوطنية .

وتثير **الإشكالية الثالثة** شيوع الأنباء السيئة عن دول العالم الثالث في التدفق الإعلامي الدولي – إذ تركز على الجوانب السلبية كالكوارث والاضطرابات والقلاقل ونحوها فتنعدم العلاقة بين مضمون المواد الإعلامية والواقع الاجتماعي والثقافي السائد في الدول النامية أو طبيعة المشكلات التي تواجه هذه الدول .

وتعالج **الإشكالية الرابعة** الخلاف الفلسفي حول مضمون النبأ الذي ينقل في التدفق الإعلامي الدولي للإعلام ففي حين يميل الفكر الغربي إلى تجنب كل الاعتبارات المتعلقة بجوهر ما ينقل في التدفق الدولي للإعلام والتأكيد على النواحي الإجرائية والشكلية دون الجوهر بمعنى نقل ما حدث بغض النظر عن محتواه بكل حرية وهو ما يتفق مع المفهوم الليبرالي لحرية الإعلام الذي يرفض تقييد مضمون الإعلام بأية قيود وحدود مسبقة .

أما الدول النامية فترى أنه ينبغي أن تركز وسائل الإعلام على وصف العملية الكلية بحيث يساوي القيمة الإخبارية للأحداث الطيبة مع القيمة الإخبارية للأحداث المؤسفة ولا شك أن هذا المفهوم يخدم تصحيح صورة الدول النامية في التدفق الإعلامي الدولي .

أما **الإشكالية الخامسة** فتدور حول المضامين الدرامية المتدفقة من دول الشمال والتي تعتبرها دول الجنوب أداة من أدوات السيطرة الثقافية والتثقيف من الخارج وأنها تضر بقيمها وهويتها الثقافية .

وفي الحقيقة أن الذي يجلب هذه المضامين إلى دول العالم الثالث، هو الصفوة التي تدير نظم الإعلام في العالم الثالث فهذه المضامين تنتج لأسواقها المحلية في الدول الغربية وتمثل وتعكس التقاليد والأنماط والقيم الاجتماعية والثقافية والأخلاقية لهذه المجتمعات . والواقع أن الدول النامية هي التي تلهث وراء هذا الإنتاج لسد العجز في الإنتاج الدرامي لديها ولسد الفراغ في ساعات البث التليفزيوني .

وفي الحقيقة أن الاختلال الإعلامي بين الشمال والجنوب يمثل ظاهرة خطيرة تمس العلاقات الدولية التي تميل باضطراد إلى التمركز في ظل "العولمة" في أيدي عدد قليل من الدول المتقدمة والتي – لن

تهمش فقط من أدوار غيرها في البيئة الدولية – ولكنها ستلغي هذه الأدوار أو تحددها هي بما يتوائم مع مصالحها من خلال التدخل المباشر في تحديد مدخلات صنع القرار في الدول النامية من خلال التدفق الإعلامي .

ومن الملاحظ انه رغم مرور أكثر من ثلاثين عاما على جهود اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال عام ١٩٧٦م والتي ضمت ممثلين ينتمون إلى جميع المناطق الجغرافية ، وشتى الأفاق المهنية والسياسية ، فمازالت المشكلة قائمة ومازال التركيز على مخاطر المواد الأجنبية التي ينظر إليها وكأنها وسيلة الاختراق ، ومصدر التهديد الوحيد لأمن واستقرار الشعوب اجتماعيا وثقافيا ونفسيا ليس فقط على مستوى دول العالم الثالث والمنطقة العربية ، بل وعلى مستوى كثير من الدول الأوربية المماثلة إلى حد كبير في التفكير والعقيدة والسلوك الاجتماعي والسياسي للقوى الإعلامية الكبرى "الولايات المتحدة الأمريكية" ، والتي تشكل بلا منافس المصدر الرئيسي ، والمورد الأول للإنتاج التليفزيوني والسينمائي لأغلب دول العالم مما يؤكد العلاقة الوثيقة والارتباط القوي والواضح بين المكانة والتفوق الإعلامي والقوى السياسية والاقتصادية والعسكرية ، والتقدم العلمي والتكنولوجي .

و من الإشكاليات العامة التي أثيرت من ثلاثين عاما ومازالت قائمة حتى اليوم وفي الوقت الذي تتوفر فيه بفضل التكنولوجيات الجديدة إمكانيات حقيقة للتطور فإن المبادلات العالمية للبرامج والمعلومات التليفزيونية مازالت تتسم باختلال واضح بين الشمال والجنوب و بين بلدان الشمال ذاتها وعلى سبيل المثال فقد أكدت الأبحاث حول المبادلات الدولية للبرامج التليفزيونية أن الولايات المتحدة الأمريكية هي مصدر ثلاثة أرباع البرامج المتداولة في العالم ، بينما لا يتجاوز واردات الولايات المتحدة حسب بعض التقديرات في هذا المجال ٢% واغلبها من بريطانيا، ففي سنة ١٩٩٢م قامت أوربا ببث حوالي ١٠٠ ألف ساعة من برامج العنف أو الأفلام الدامية وهو ما يمثل ٢٥% من مجموع البث وقد وفر منها الإنتاج الأوربي ٦ آلاف ساعة فقط وكان الباقي من أمريكا .

وبصورة عامة فإن الإنتاج الأمريكي يمثل ما بين ٨٠.٧٥% من سوق السينما وما بين ٦٠.٥٥% من الأفلام التي تعرضها الشبكات

التليفزيونية في أوربا ، وقد بلغ عدد المشاهدين سنوياً لهذه الأفلام في الاتحاد الأوربي ٣٦٢ مليون مشاهد مقابل ٤٥ مليون مشاهد للأفلام الأوربية بالولايات المتحدة .

ولئن كانت هذه المجموعة قد صدرت في سنة ١٩٩٢م نحو أمريكا ما يقدر بـ ٢٥٠مليون دولار من الإنتاج السمعي المرئي فإنها استوردت من نفس المنطقة ما يقرب بـ ٣.٧٥٠مليون دولار .

وتتمثل الإشكالية في العجز الأوربي المتفاقم في مجال الإنتاج السمعي المرئي وقد توقع البعض أن تبلغ حاجة الاتحاد الأوربي في نهاية القرن العشرين ٥٠٠.٠٠٠ خمسمائة ألف ساعة إنتاج تليفزيوني مقابل طاقة الإنتاج لا تزيد عن ٣٥٠٠٠ خمس وثلاثين ألف ساعة .

كما تتمثل هذه الإشكالية في الخلل المتطور بنسبة كبيرة من سنة إلى أخرى حيث كانت الصادرات الأمريكية نحو أوربا في سنة ١٩٦٨م في حدود ١.٥٠٠مليون دولار والجدير بالذكر أن المصدرات الأوربية نحو مختلف بلدان العالم قد بلغت في تلك الفترة ما يقدر بـ٤٢١ مليون دولار ، وأن نصفها تقريبا كان موجها نحو الولايات المتحدة الأمريكية ، وفيما يخض التفاوت بين الشمال والجنوب وبين أوربا فإن الوضع يختلف كثيرا عما هو عليه بين الولايات المتحدة وأوربا ، لقد قدرت مصدرات أمريكا للعالم الثالث في سنة ١٩٨٦م بما يناهز مليار دولار وارتفع هذا الحجم في السنوات التالية بنسب كبيرة ، فبلغت مستوردات أمريكا اللاتينية في نهاية السنوات الثمانين نسبة ٤٦% من برامجها وكانت نسبة ٧٥% من هذه البرامج مستوردة من الولايات المتحدة الأمريكية .

و في أفريقيا بلغت المستوردات في نفس الفترة ما لا يقل عن ٥٥% من البرامج وكان نصفها من أمريكا وربعها من بريطانيا والباقي من بقية بلدان أوربا وأمريكا وروسيا ، والواقع أن مصدر التوريد الأفريقي يختلف من منطقة إلى أخرى فالمملكة المتحدة هي المصدر الثاني للبلدان الأفريقية المستعملة للغة الإنجليزية "وفرنسا" هي المصدر الرئيسي للبلدان المستعملة للغة الفرنسية أما البلدان العربية فإنها تستورد من جهتها معدل ٤٢% من برامجها ، وهذه المستوردات هي بنسبة ٣١% من مصدر عربي و٦٩% من مصدر غير عربي.

وتأتي البرامج التي تستوردها البلدان العربية ٣٢% من الولايات المتحدة و من فرنسا ١٣% و من الإمارات العربية المتحدة ١٥% ، مع الملاحظة أن هذه الانتاجات مصرية من الناحية الثقافية و من بريطانيا ٧%، ومن مصر بالذات ٦% وقد ارتفعت هذه النسبة في السنوات الأخيرة بعد إنشاء مدينة الإنتاج الإعلامي .

ويلاحظ أيضا أن البلدان العربية مازالت تعاني – في أغلبها- من التفاوت في الإشكاليات التي تواجهها كل البلدان النامية ، كما أن التفاوت ازداد حدة في مستوى الإمكانات الإعلامية بين الأقطار العربية، وذلك من حيث ملكية الاتصال وفاعلية عملها و شمولها ، والكفاية في الخبرات البشرية المؤهلة ، والتطور التقني والتمويل و كذلك من حيث البحوث والدراسات والتوزيع الجغرافي لوسائل الاتصال ، والتخصص ، والإنتاج البرامجي والتدفق الإعلامي وغير ذلك والإشكاليات أن هذا التفاوت هو نتيجة تراكم طويل وتحتاج معالجته إلى توفير شروط كثيرة .

ومن هذا المنطلق ظهرت الحاجة إلى الحوار الإعلامي العربي – الأوربي لتلمس مناطق الالتقاء والقواسم المشتركة والعمل على تنميتها والتعاون في إطارها وتبين مناطق الاختلاف التي يجب احترامها وترشيدها ، لأنها انعكاس لخصوصيات ثقافية واجتماعية وحضارية معينة ، والحيلولة دون تحولها إلى أسباب للعداء والاختلاف كجزء من الحوار بين الحضارات الذي يجب أن يضطلع فيه قطاع الإعلام بدور حيوي وأساسي و من هذا المنطلق تأتي أهمية المؤتمر الذي عقد في البحرين في الفترة من ٢٣ إلى ٢٥ فبراير سنة ١٩٩٨م تحت عنوان "الإعلام العربي – الأوربي حوار من أجل المستقبل" وحضره أكثر من ٣٥٠ شخصية إعلامية وسياسية واقتصادية ، عربية ودولية .

ويرجع الفضل في ذلك إلى "دولة البحرين" التي أخذت على عاتقها تنظيم هذا المؤتمر الذي يعد من المؤتمرات المهمة التي أقيمت في المنطقة خلال هذه الفترة من حيث موضوعاته أو توقيته . حيث ركز على سبع محاور رئيسية – الإعلام العربي الأوربي في مواجهة التحديات الكونية – الإعلام العربي/الأوربي و صورة الأخر – الإعلام العربي /الأوربي وعصر الفضاء الإعلامي – الإعلام وأفاق الاستثمار والتنمية العربية الأوربية – الإعلام بين ضرورات الحرية وضوابط

الممارسة – التعاون الإعلامي والمستقبل العربي المشترك أما من حيث التوقيت ، فإن المؤتمر قد جاء في فترة حاسمة من تاريخ العالم حيث نظريات العولمة وصراع الحضارات ، والانتشار غير العادي للفضائيات والحديث عن ضوابط للإعلام ترده إلى طريقه الصحيح وهدفه الأصيل كأداة للتعاون والتقارب بين الشعوب وليس أداة لبث العداوة والبغضاء بينها ، وما يثار عن ضرورة سيادة ثقافة السلام والتنمية ، وغيرها من العوامل والتطورات التي تمس الوطن العربي والعالم وقد ركزت موضوعات الحوار على الأتي :

١- عرض الهواجس الإعلامية العربية مثل معالجة الإعلام الغربي لقضايا الإرهاب والتطرف والديمقراطية وحقوق الإنسان في العالم بصورة مشوهة ومخالفة للواقع .
٢- تصحيح الصورة المشوهة عن العرب والمسلمين في الغرب ، حتى يمكن تسمية الأشياء بمسمياتها والحيلولة دون إتاحة الفرصة للعناصر العربية المتطرفة للحصول على منابر إعلامية غربية لمهاجمة دولها والتحريض على العنف بها .
٣- طرح أجندة الاهتمامات العربية في مجالات السياسة والاقتصاد والاجتماع وتسليط الضوء عليها ، ومحاولة لفت نظر العالم لها ، حيث تضع أجهزة الإعلام الغربية أجندة الاهتمامات العالمية التي تتجاهل القضايا العربية وقضايا العالم الثالث في كثير من الأحيان ولكي يستطيع الإعلام العربي الوقوف على أرضية صلبة في هذا الحوار فإن عليه :

١- الدخول في حوار إعلامي عربي – عربي أولا ، لتحديد أسس ثابتة ومحددة للتحرك الإعلامي ، سواء تجاه الخارج أو تجاه العرب بعضهم البعض ، حتى لا يتم تشتيت الجهود الإعلامية في موضوعات فرعية ، أو الانزلاق بها إلى معارك إعلامية واستخدام بعض وسائل الإعلام العربية كمنافذ لتهديد أمن دول عربية أخرى بمبررات مختلفة ، كما هو الحال في بعض القنوات الفضائية العربية .
٢- وضع قواعد صارمة للالتزام بميثاق الشرف الإعلامي العربي ، وتركيز الإعلام على مهمته الأساسية مع أبعاده عن أي خلافات سياسية، لأنه يخاطب الرأي العام العربي والشعوب العربية بالأساس .

٣- مزيد من التعاون بين أجهزة الإعلام العربية ، و هذا لا ينفي التنافس ولكنه يمنع التصادم أو تكرار القضايا والموضوعات .
٤- تخليص الإعلام العربي من أزمنة الراهنة ، التي تتمثل في نقص الإمكانيات التكنولوجية والكوادر البشرية ، والانفلات غير المحسوب أو مخطط للقنوات الفضائية والقنوات الخاصة التي تعطي كل اهتمامها للبرامج الترفيهية و برامج التسلية لجذب المشاهد أو المستمع بعيداً عن القضايا الجادة والجوهرية إضافة إلى التقليد والنقل ، حيث تتعامل وسائل الإعلام العربية بعقلية "الانهزام الحضاري" ومن هنا فإن تناولها للهوية والثقافة العربية محدود للغاية ، وعلى الرغم من أن القنوات الفضائية العربية قد جاوزت الخمسين قناة فإن معظم ما تقوم به هو الإنابة عن الإعلام الأجنبي في عرض مواده وأفكاره ، وبالتالي تغيب الوعي العربي بمعناه الشامل .
٥- التوسع في إنشاء مؤسسات إعلامية عربية مشتركة كوكالة أنباء عربية تكون المصدر الأساسي للتغطيات الخاصة بأخبار العالم العربي بدلا من الاعتماد على الوكالات والمصادر الأجنبية التي تتحكم في التدفق الإخباري بما يتفق مع مصاحها واتجاهاتها ، وإنشاء شبكة معلومات تجارية عربية ، إضافة إلى إقامة مراكز عربية للتدريب والتأهيل الإعلامي لتخريج كوادر إعلامية قادرة على التعامل مع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بكفاءة وفاعلية .

وفى إطار ذلك لابد من الإشارة إلى نقطتين هما :

الأولى : هي أنه يجب على الإعلام العربي والقائمين عليه ادراكم حقيقة أساسية وهي اختلاف الفلسفة الكامنة وراءه عن تلك الكامنة وراء الإعلام العربي ، حيث إن الأخير إعلام تجاري في معظمه يتعامل بعقلية السوق وبالتالي يعتمد على أخبار وموضوعات الإثارة والتسلية ، وفي حين أن الإعلام العربي يجب أن يؤدي رسالة حضارية محددة ومهمة تنموية وتنويرية ، ولا شك أن إدراك هذا المعنى سوف يمنع التقليد الإعلامي العربي الأعمى لكل ما ينتجه الغرب أو يقدمه .

الثانية : انه من الأمور الحسنة أن تنتشر القنوات الفضائية العربية وتتزايد لأن غياب الإعلام العربي عن الساحة معناه تعرضه للاختراق وتهديد الهوية والذاتية العربية ، ولكن الانتشار الكمي مع ضعف الكيف

وهشاشة المضمون لا يقل خطورة عن التغيب عن الساحة الإعلامية العالمية ، بل إنه أكثر خطورة وسلبية لأنه يعطي إحساساً زائفاً بالجودة والفاعلية .

دور الشركات المتعددة الجنسية في الاختلال الإعلامي :

في إطار التحولات السياسية والاقتصادية المتسارعة في العالم منذ أواخر الثمانينات برزت هيمنة الدول الصناعية الكبرى والشركات متعددة الجنسية على الاقتصاد والتجارة في العالم ، وكذلك على منتجات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وعمليات إنتاج وتوزيع المعلومات والأخبار والمضامين الإعلامية المختلفة التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيري .

ولقد أثار التقرير النهائي للجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال في المجتمع الحديث والتي عرفت باسم لجنة "ماكبرايد" إلى الظاهرة المسماة بالممارسة غبر الوطنية ، أو المتعددة الجنسية في مجال الإعلام والاتصال الدولي . وقد أبرزا الدور الأيديولوجية والثقافية في دول العالم الثالث .

إذ تمارس حاليا المهام التي كانت تقوم بها في الماضي الحكومات الاستعمارية ، ولا تكتفي هذه التجميعات الهائلة بتعبئة رأس المال والتكنولوجيا وتحويلها إلى سوق الاتصال ، بل أنها تسوق سلعاً استهلاكية ثقافية واجتماعية لا حصر لها ، كذلك تمارس هذه الشركات تأثيرا مباشرا في أجهزة الإنتاج الاقتصادي للدول التي تعمل بها وتعمل دوراً رئيسياً في تسويق ثقافتها .

كما تسيطر على عدد كبير من وسائل الإعلام في دول العالم الثالث، وتضطلع الشركات المتعددة الجنسية بدور تزداد أهميته باطراد في إقامة البنية الأساسية للاتصال وتداول الأنباء والمنتجات الثقافية والمواد التعليمية والكتب والأفلام والمعدات والتدريب .

وعلى الرغم من الدور الكبير الذي قامت به هذه الشركات في توسيع نطاق المرافق اللازمة للتنمية الثقافية والاتصال والإعلام إلا أنها تهدف في الأساس إلى توسيع التبعية الثقافية والأيديولوجية في دول العالم الثالث وعدم المساواة بينها وبين الدول الصناعية الرأسمالية المتقدمة ، وتحت ستار نشر الثقافة العالمية تقوم هذه الشركات بإخضاع أو استبعاد

الثقافات الوطنية . وفي سبيل ذلك تقوم بتحديث أساليب الغزو واضعة في اعتبارها الاحتياجات الخاصة بكل مرحلة ، وبكل فئة اجتماعية داخل كل دولة من دول العالم الثالث .

وتنتمي معظم "الشركات متعددة الجنسية" إلى الدول السبع الصناعية المتقدمة "الولايات المتحدة الأمريكية - ألمانيا – كندا – فرنسا – اليابان – إنجلترا – إيطاليا" وفي الولايات المتحدة الأمريكية تنتج مائتان من الشركات العملاقة أغلب السلع والخدمات التي يتم استهلاكها على أن التركيز يزداد في مجال السيطرة على الجهاز الإعلامي ، إذا تقوم مجموعة قليلة العدد من شركات الإلكترونيات بتصنيع المعدات وتوفير الوسائل اللازمة للاتصال الجماهيري وهناك عدد صغير أخر من الشركات ، معظمها يمثل جزءاً من تجمعات صناعية اكبر ، يباشر العمل في النشاط الفعلي للإذاعة والتليفزيون والنشر ، وتدار العملية الإعلامية في مجموعها بمهارة فائقة من خلال صناعة الإعلان التي تحصل على إيراداتها من كبرى الشركات القومية التي تقدم الجانب الأكبر من إنتاج السلع والخدمات الاستهلاكية وفي الوقت الحاضر تسيطر الشركات متعددة الجنسية على الاقتصاد الكوني ، كما أصبحت المنظم والصانع الرئيسي لحركة الاتصال الدولي .

حيث استفادت هذه الشركات من ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات واستطاعت أن تجني أرباحا هائلة من تصنيع تطبيقات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وترويجها ، وقد أدى توحيد الأسواق في العالم أو ما يعرف بالعولمة إلى نمو النزعة الاحتكارية لدى الشركات متعددة الجنسية فتسارعت على نحو لم يسبق له مثيل في التاريخ عمليات الاندماج بين هذه الشركات ، وشراء الشركات الأصغر سواء كانت شركات متعددة الجنسية أو شركات محلية صغيرة ، ولتوضح ذلك ربما نكفي الإشارة إلى وجود ٣٧ ألف شركة متعددة الجنسية في مطلع التسعينات ، تتبعها ١٧٠ ألف شركة فرعية تنتشر في مختلف أنحاء العالم، لكن خلال سنوات التسعينات حدث تركز واندماجات كبرى أدت إلى تركيز السلطة الاقتصادية في يد ٣٠٠ شركة فقط تسيطر حاليا على تجارة العالم حيث تتعامل في ٧٨٥٠ مليار دولار سنويا وتحقق أرباحا سنويا مقدارها ٢٥١ مليار دولار.

على سبيل المثال التطورات الحالية في صناعة التليفزيون التي تشير إلى أن المستقبل القريب سوف يشهد شركات عملاقة متعددة الجنسيات في مجال وسائل الإعلام خاصة التليفزيون ، وقد ظهرت بالفعل مقدمات لذلك مثل Time Warner هي التي حولت عمل وسائل الإعلام الإلكترونية من النشاط المحلي إلى النشاط الدولي .

وفي نهاية عام ١٩٩٠م تحولت ملكية أربعة من الشركات السبع الكبرى في "هوليود" إلى شركات غير أمريكية ، حيث اشترت شركة "سوني Sony" اليابانية شركة "كولومبيا" بنحو ٥مليار دولار واشترت شركة "ماتسوشيتا" اليابانية شركة "MCA" بمبلغ ٦.٦ مليار دولار واندمجت شركة "تائم" وشركة ارنر لتظهر أكبر شركة لإنتاج البرامج في تاريخ التليفزيون .

وكان هذا التحول يعني مزيداً من الاستثمارات لمواجهة حجم الطلب المتزايد على البرامج والتوسع في الإنتاج غير أن هذه الصفقة تطرح العديد من التساؤلات حول سيطرة شركات مثل شركة "سوني" وشركة "ماتسوشيتا" اليابانيتين وهو اتجاه ملموس في الصحافة الأمريكية حيث دخلت شركات التأمين البترول إلى مجال الاستثمار في صناعة الصحافة .

وتثير قضية عولمة صناعة التليفزيون كثيراً من الجدل حتى في أوربا الغربية وخاصة فرنسا التي تخشى على ميراثها الثقافي من أمركة القارة الأوربية وحجة الأمريكيين هي ذات الحجة القديمة وهي أن اقتصاد السوق سوف يفرض نوعا من التوازن البرامجي لتلبية احتياجات الجمهور المحلي في الدول المختلفة ومن الواضح أن عالمية التليفزيون قد تحققت بالفعل في ثلاث مجالات هي : الأخبار والرياضة والموسيقى حيث أصبح التليفزيون في هذه المجالات الثلاثة صناعة متخصصة .

ومن ناحية أخرى بدأت الشبكات الأمريكية توجيه استثماراتها مباشرة إلى العالم الخارجي في بداية التسعينات استثمرت Capcities ABC ١٠٠ مليون دولار في أنشطة تليفزيونية أوربية في فرنسا وأسبانيا وألمانيا تبعتها شركة NBC باستثمارات في أوربا وآسيا وأمريكا اللاتينية . كذلك حققت شركة "تايم وارنر" العديد من الصفقات

الخارجية مثل إنشاء المسارح ودور العرض في روسيا إلى شبكة للتليفزيون التجاري في دول اسكندنافيا .

ولابد هنا أن نشير إلى أن هذه الشركة الأمريكية بدأت هذا التوسع الدولي الضخم بعد أن تلفت ٥٠٠ مليون دولار من استثمارات شركتين يابانيين هما توشيبا وايتو أي أن الشركات الأمريكية اليوم تتوسع دوليا بأموال خارجية .

شبكة C.N.N تحولت إلى قوة دولية في مجال التليفزيون والتليفزيون الكابلي عبر اتفاقيات مع ٩٠ دولة في العالم اليوم وأبرم "روبرت مردوخ" صفقة مع اكبر الشبكات التليفزيونية البرازلية "جلوبو" لتزويدها بالبرامج وهذه الصفقة جزء من استراتيجية يستهدف بها "مردوخ" السيطرة على برامج القنوات الفضائية الموجهة إلى أمريكا اللاتينية مع شركاء من أسبانيا والمكسيك والولايات المتحدة ، وتقوم شركة Tv.star المملوكة لمردوخ بالبث المباشر للمشاهدين وأنظمة التليفزيون الكابلي في أكثر من ٣٠ دولة آسيوية تضم ثلثي سكان العالم .

وإذا انتقلنا إلى الصحافة الدولية والإذاعات الدولية فسنجد أن الصحف والمجلات الدولية وكذلك الإذاعات خاضعة للهيمنة المباشرة أو غير المباشرة للدول الصناعية المتقدمة ، والشركات متعددة الجنسية ، فلا تكاد توجد مجلة أو صحيفة دولية تصدرها إحدى دول الجنوب ، من جانب آخر فإن الإذاعات الدولية القوية والمؤثرة هى إذاعات تنطق باسم دول كبرى كالإذاعة البريطانية أو صوت أمريكا .

وفي مجال إنتاج وتوزيع الموسيقى تسيطر ٦ شركات متعددة الجنسية منها واحدة أمريكية ، وألمانية ، وهولندية ، وبريطانية ويابانية بينما تسيطر ١٠ وكالات شركات متعددة الجنسية على الإعلان في العالم ، وقد حققت هذه الشركات العشر سنة ١٩٩٠م أرباحا بلغت ١٢.٢ مليار دولار .

ومن المعروف أن الإعلان أصبح أداة معاونة لا غنى عنها للنظام التجاري الصناعي وهو لا يختلف كثيرا من حيث بنيته التنظيمية عن الشركات الضخمة التي يروج لمصالحها ويعبر عنها فوكالات الإعلان تعد مثالاً آخر لنفس النمط التركيزي للتطور شانها شأن بقية أنشطة المشروع الخاص الأمريكي ففي عام ١٩٧١م حصلت نسبة قدرها ١٠%

من الشركات العاملة في حقل الإعلان على ما يقدر بأربعة أخماس حجم الإعلانات داخل البلاد أما على المستوى الدولي فإن درجة تركيز النشاط الإعلاني أكبر بكثير فمن بين أكبر عشر وكالات إعلامية في العالم ليس هناك سوى شركة واحدة غير أمريكية ومن بين أكبر خمسة وعشرين وكالة إعلان دولية هناك إحدى وعشرين وكالة أمريكية .

وسيطرة الولايات المتحدة الأمريكية ليست مقصورة على العالم الثالث وحدة فقد عزت وكالات الإعلان الأمريكية معظم الدول المتقدمة صناعياً أيضا ففي بريطاني نجد على سبيل المثال أن سبع وكالات فقط من بين أكبر عشرين وكالة إعلانية في "لندن" يملكها بريطانيون ملكية كاملة ، بينما يملك أمريكيون الأغلب الأعم من الوكالات الأخرى ، وترتبط القلة الباقية بصلات قوية بالوكالات الأمريكية ، وتبدو السيطرة الأمريكية أكثر وضوحا في حالات الوكالات العشر الكبرى إذ لا تتمتع بالاستقلال الكامل سوى وكالتين فقط من الوكالات العشر ، وفي ألمانيا الغربية ، وفرنسا وإيطاليا بل وفي اليابان أيضا تسيطر الوكالات الإعلانية الأمريكية على معظم أنشطة الإعلان على المستوى القومي ، وفي السوق الأوربية المشتركة ، وباستثناء شركتين فرنسيتين للإعلان نجد أن الوكالات العاملة على مستوى القارة الأوربية تمثل كلها مؤسسات أمريكية ، وفي استراليا تسيطر الوكالات الأمريكية للإعلان العاملة فيما وراء البحار سيطرة كاملة وجزئية على ١٥ وكالة من وكالات الإعلان الأسترالية الـ ٢٤ الكبرى .

ويؤكد عالم الاتصال الأمريكي "هربرت شيللر" أن النشاط التجاري لوكالات الإعلان الأمريكية في الخارج تمثل أحد الجوانب المتممة لتوسع الصناعة الأمريكية في الخارج ، فمتطلبات التسويق التي لا تعرف الاكتفاء بهذه الصناعة هي التي تولد الأنشطة العالمية لوكالات الإعلان وتوفر لها الدعم .

وتورد قائمة عملاء الوكالات الإعلانية الأمريكية العاملة على النطاق الدولي نفس الأسماء تقريبا التي ترد في قائمة أكبر خمسمائة شركة أمريكية .

- **الدول الصناعية الكبرى والطريق السريع للمعلومات :**

Information Super High Way

أمام التطورات الكبرى في تكنولوجيا الاتصال ، وتكنولوجيا المعلومات اجتمع مدراء ومسئول الدول الصناعية الكبرى السبع و هي الولايات المتحدة الأمريكية، وكندا ، وألمانيا ، وإيطاليا ، واليابان ، وإنجلترا، وفرنسا ، وممثلو شركات الاتصال العالمية في "بروكسل" العاصمة البلجيكية في نهاية شهر فبراير سنة ١٩٩٥م ، لبحث تأمين انتقال المعلومات فائقة السرعة عبر ما يسمى بالطريق السريع للمعلومات دون عوائق ، وتجنب أي اضطرابات أو اختلافات محتملة قد تعرقل تطوير الشركات الكبرى لهذه التكنولوجيا نحو القرن الواحد والعشرين ولم يكن من الغريب أن يحضر هذه الاجتماعات "آل جور" نائب الرئيس الأمريكي حيث تناضل الولايات المتحدة الأمريكية من أجل استمرار سيطرتها على تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات أمام هذه التغيرات المستمرة والسريعة في تكنولوجيا المعلومات ودخول دول أخرى تنافس أمريكا في هذا المجال وعلى رأسها اليابان التي تحاول فرض سيطرتها في هذا المجال ولعل ما تم بحثه هو موضوع توظيف هذه التكنولوجيا المعلوماتية الاتصالية المتقدمة لخدمة الدول النامية ودفع عجلة التنمية فيها عن طريق وصول هذا الشريان المعلوماتي الكبير إلى تلك الدول .

ولعل أهم ما توصل إليه مندوبو الدول السبع الصناعية الكبرى في ختام اجتماعاتهم بالعاصمة البلجيكية ، بالإضافة إلى الاتفاق على تسهيل حركة وانسياب المعلومات غير هذا الطريق السريع ، توصلوا إلى اتفاق على إدخال الدول النامية في إطار خدمات هذا الطريق ، وقد جاء على لسان "جان ساشير" رئيس اللجنة الأوربية أن تكنولوجيا المستقبل الخاصة بالمعلومات يجب أن تستخدم في إتاحة قفزة كمية في نوعية الحياة للأغنياء والفقراء على حد سواء .. وان الهدف هو بناء رؤية مشتركة وحقيقية لإثراء البشرية جمعاء كما دعت اليابان إلى ضرورة أن تقدم شبكات المعلومات لدى الدول الصناعية السبع خدماتها للمواطنين من كافة الدول .

ويلاحظ أن هناك عدداً من الباحثين يميل إلى المقارنة بين الحوار الـذي يجـري اليـوم حـول الطريـق السـريع للإعـلام كمـا حـدث فـي "بروكسيل" وكذلك في تونس والقاهرة ، وأديس أبابا ، وداكار والظهران وغير ها و بين الجدل بشأن النظام والعالمي الجديد للإ علام والاتصال ويرى بعض الأخصائيين الغربيين ومنهم الخبير الكندي Marc Raboy أن الجدل حول النظام العالمي الجديد للإعلام والاتصال كان جدلاً سياسياً له انعكاسات اجتماعية وثقافية ، أما مشروع الطريق السريع للإعلام فهو ر هان ذو انعكاسات اجتماعية وثقافية ، ولكنه ر هان اقتصادي قبل كل شئ .

ويجيب خبراء آخرون أن الأشكال الخاصة تتغير وتتطور بتطور التكنولوجيا وبتقدم الزمن أما المظاهر العامة تفصل العديد من البلدان النامية عن بعض بلدان الشمال إذا لم تتخذ الاحتياطات اللازمة لذلك ويشـاطر هـذه النظـرة كافـة الأطـراف إذ صـرح "ألبـرت جـور" نائـب الرئيس الأمريكي في هذا الصدد أن الفئات الثرية بالمعلومات ستزداد ثـراء والفئـات الفقيـرة سـتزداد فقـراً إذا عارضـنا فـي أن تشـمل الطريـق السريع للإ علام شرائح المجتمع الأقل حظا ولن يكون لهذه الشـرائح ضمان بأن ترتبط بشبكة هذه الطرقات في يوم من الأيام ، ولذلك فإن المبادئ والأهداف والبعيد و هم يضربون الأمثلة العديدة لتبرير وجهة النظر هذه فمن ذلك مثلا موضع توزيع البلدان العربية قبل عشرين عاما لا تستطيع إسماع صوتها ببث برامج على أصابع اليدين قد استحوزت على ٩٠% منها أي من الطيف الكهرومغناطيسي الذي يعد مورد طبيعي محدود ، أما اليوم فإن هذا الشكل قد زال بحكم تطور الأقمار الصناعية التي أصبحت تسمح بنقل الصورة والصورة إلى مسافات بعيدة تتجاوز بكثير ما كانت تسمح به الموجات القصيرة أو غيرها من وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية المعروفة إذ ذاك .

علـى أن مشـكلا آخـر حـل محلـه اليـوم وأصـبح مطروحـاً بنجـاح كبير، وهو يتمثل في المدار الثابت للأقمار الصناعية حول الأرض الذي يعد هو الأخر ملكا مشاعا وموردا طبيعيا محدوداً وقد أصبح يعج بمئات السوائل التي أرسلتها البلدان المصنعة فهل يبقى فيه مجال لتلقي السوائل التي سترسلها بلدان الجنوب.

فهناك من يرى إشكالاً جديداً قادماً وهناك من يعتقد أن هذا الشكل قد يظل بفضل تطور الشبكات الأرضية والبحرية للإرسال ، إن الإشكاليات تتكيف بمرور الأيام إلا أن القضايا الأساسية تبقى مرتبطة بمفهوم التحررية السياسية والاقتصادية وعلاقة ذلك بدور الشركات العالمية تبقى مرتبطة بمفهوم التحررية السياسية والاقتصادية وعلاقة ذلك بدور الشركات العالمية متعددة الجنسية وقضية التنوع الثقافي ، ومسألة القانون الدولي للاتصال وبين قواعد للتحكيم على المستوى العالمي ومجموعة أخرى من القضايا المماثلة التي كانت قد طرحت آنذاك ، في صيغ أخرى وفي سياقات مخالفة ، إلا أن الفلسفة التي انطلقت منها لا ينازع فيها حتى اليوم .

فالنظام الإعلامي الجديد كان مرتبطاً بمبدأ التدفق الحر والتفاعلي للإعلام وهي صيغة تلاقي اليوم ، تأييداً من الجميع لأن كل الأطراف تطالب بالتفاعلية والحوارية والمشاركة الجماعية في إنتاج وتوزيع المعلومات والأخبار ولذلك فإن النقاش الذي دار بشأن النظام العالمي الجديد للإنتاج والاتصال بالأمس يمكن أن يساعد اليوم على تطوير نشأة الطريق السريع للإعلام .

الفصل الثالث

الإعلام العربي

في ظل الثورة العلمية والتكنولوجية وفي إطار المحاولات الدءوبة التي تقودها الدول الصناعية المتقدمة في الشمال من أجل عولمة الثقافة والتعليم والدين وسائر مكونات المنظومة الحضارية التي كنت تحتفظ باستقلال نسبي خارج دوائر وقيم السوق العالمية ، وفي ظل الهيمنة السياسية والاقتصادية لدول الشمال، وفي ظل الصراع الثقافي والتحديات الحضارية تبرز الأدوار الجديدة للإعلام والاتصال المعاصر ، حيث لم تعد تكنولوجيا الاتصال تشغل موقعا مركزيا فحسب في شبكة الإنتاج الصناعي، بل بدأت تشغل مواقع القلب في استراتيجية إعادة تشكيل منظومة العلاقات الدولية على المستوى السياسي بين الحكومات وذلك بالترويج لما يسمى بـ(الشرعية الدولية) ومعاييرها المزدوجة ، وعلى المستوى الثقافي بين الثقافات المختلفة بإعلاء شأن الثقافة الغربية الصناعية وتهميش ثقافة الجنوب ، وعلى المستوى الاقتصادي بالترويج لعالمية السوق وإغفال التفاوت الحاد بين المستويات الاقتصادية لدول الشمال والتدني المعيشي لدول الجنوب ، وعلى المستوى الاتصالي بالترويج لما يسمى بـ (القرية الاتصالية العالمية) متجاهلا عن عمد التفاوت الملحوظ بين عمق التفاوت بين معدلات التطور الإعلامي والاتصال أو في الإشباع الإعلامي .

فالواقع أن الإعلام لم يعد يمثل السلطة الرابعة أو الخامسة كما تشير الأدبيات الإعلامية بل أصبح يشغل موقعاً مركزيا في الاستراتيجيات والسياسات التي تستهدف إعادة بناء المجتمعات المعاصرة سواء في دول الشمال والجنوب ، وقد يكون ذلك أكثر بروزا في الدول الصناعية المتقدمة حيث يلعب الإعلام دورا رئيسيا في التحول العلمي والتكنولوجي وفي إعادة توزيع مراكز القوى السياسية والاجتماعية داخل هذه المجتمعات.

وهناك جدل شبه دائم حول علاقة الإعلام بمراكز القوة والتأثير السياسي في المجتمع ، وتحفل الساحة الغربية (الأوربية والأمريكية) بالعديد من التيارات والرؤى في بحوث الإعلام والاتصال ولكن يبدو جلياً أن الرؤى التي تأخذ بالخصوصية الثقافية والاجتماعية في سياقها

التاريخي قد حلت محل الرؤى ذات التوجهات المطلقة والتي تميل إلى التعامل مع الظواهر الإعلامية كوحدات مغلقة ومعزولة عن أطرها الثقافية والحضارية فهناك الرؤية البراجماتية التي سادت في الولايات المتحدة خلال أربعة عقود وما زالت مسيطرة على معظم دارسي الإعلام في الجنوب ، وتعتمد على المنظور الامبريقي، وترى أن الإعلام هو أداة التحديث في المجتمعات النامية ، بينما يرى التيار النقدي الذي انبثق من التراث النقدي للفكر الاجتماعي الأوربي أن سيطرة الإعلام الغربي على الإعلام في دول الجنوب يعد نوعا من الاستعمار الثقافي الذي يفرض أساليب الحياة والقيم الغربية على مجتمعات الجنوب.

وترى المدرسة النقدية أن الإعلام في الدول النامية يثير إشكالية تتمثل في كونه يلعب دوراً مزدوجا سواء على المستوى المحلي أو الدولي، إذ يمكن استخدامه أداة للضبط الاجتماعي وتكريس التبعية الثقافية كما يمكن الاستعانة به أداة للتحرر الثقافي والاجتماعي في ذات الوقت ، كذلك يمكن أن يعبر عن الهيمنة الكونية للغرب ، ويمكن وسيلة لإحياء وإنعاش الثقافات القومية في ذات الوقت.

وهناك الرؤية الماركسية التي تؤكد على مخاطر سيطرة رأس المال على الأعلام وهيمنة ثقافة الطبقة المسيطرة سياسياً واقتصاديا على السياسات والممارسات الإعلامية ، بينما يركز أنصار التيار الليبرالي على دور القائمين بالاتصال باعتبارهم منتجي المادة الإعلامية ويتأثرون بالمؤسسات السياسية والاجتماعية والقيم الثقافية واهتمامات الجماهير.

وفي مواجهة الرؤية التي تعتبر الإعلام أداة حاسمة في تشكيل اتجاهات وقيم الجمهور تبرز الرؤية التي تنتمي إلى مرحلة ما بعد الحداثة ويتبناها التيار النقدي في الدراسات الإعلامية والتي تصبح موقع ودور الجمهور في العملية الاتصالية حيث كان ينظر إليه كعنصر متلق سلبي بالرسائل الإعلامية بشكل مطلق.

وخلافا للرؤية التقليدية يرى تيار ما بعد الحداثة أن الجمهور هو الذي ينتج المعنى الخاص ، لأنه يفسر المضامين الإعلامية من خلال أفكار مسبقة لدية تتفق مع تكويناته الثقافية وتنشئته الاجتماعية ومصالحة مما يكشف عن غزارة المصادر السياسية للجمهور لإنتاج المعنى والتفسيرات للمضامين الإعلامية التي يقرؤها ويشاهدها.

فالتفاعل بين الجمهور والنصوص الإعلامية يمر بمرحلة معقدة داخل الجمهور حتى تكتسب هذه النصوص معانيها وتفسيراتها التي قد تتناقض وتختلف مع رؤية واتجاهات واضعي السياسة الإعلامية ورؤية القائمين بالاتصال .

ويلاحظ أن سيطرة النظم السياسية على الممارسات والسياسات الإعلامية وخصوصا في مجتمعات الجنوب قد أسفرت عن بعض الآثار السلبية الضارة التي تمثلت في أحادية الخطاب الإعلامي وغلبة الطابع السياسي عليه وإغفال وتهميش الجوانب الثقافية بمعناها الشامل .

كما أسفر التفوق الغربي في مجال تكنولوجيا الاتصال – وعلى الأخص الأقمار الصناعية واستخداماتها الواسعة – عن بروز إشكاليات جديدة وتحديات غير مسبوقة تتعلق بالوعي والقيم الثقافية وأنماط السلوك البشري .

فإذا كان الغرب قد نجح بفضل هذا التفوق التكنولوجي بالترويج لما يسمى بـ (القرية الاتصالية العالمية) فإن ذلك لا يعني طمس التمايزات الثقافية والحضارية التي تنفرد بها مجتمعات الجنوب وفي قلبها العالم العربي.

ويقودنا هذا إلى القضية المثارة عن الاختراق الثقافي باعتباره بنية ثقافية فاعلة تعمل في المدى المتوسط والبعيد على خلق رأي عام مساند ومتقبل لأفكار الثقافة الوافدة والتي يتم بثها وترويجها بانتظام من خلال وسائل الإعلام الغربية ووكالات الأنباء العالمية والموالية للصهيونية والتي تقوم وسائل الإعلام العربية بإعادة إنتاجها ونشرها على النطاق المحلي مما يخلق مزيداً من العوائق التي تحول دون امتلاك المجتمعات العربية للمقومات العلمية والفكرية والثقافية التي تسمح لها بتعزيز الذاتية الثقافية العربية الإسلامية ، وتأكيد قدراتها على التصدي للمهام التاريخية التي طرحت عليها.

الإعلام العربي المعاصر :

تتميز الخريطة الإعلامية العربية بكثير من الاختلافات وأوجه التفاوت سواء على المستوى الوطني وداخل الدولة أو على المستوى القومي وبين الدول العربية في المشرق والمغرب والخليج ووادي النيل فالملاحظ أن الصحافة والإعلام العربي نشأت في أحضان الحكم

العثماني في بدايات القرن التاسع عشر وتنوعت وتباينت إشكالياته طبقاً للمراحل التاريخية التي مر بها حيث برزت الروح القومية العربية في مواجهة التسلط والروح التركية المتعصبة سياسياً وثقافيا منذ منتصف القرن التاسع عشر حتى نهاية الحرب العالمية الأولى .

ثم برزت روح التحرر الوطني ضد الهيمنة الأوربية في فترة ما بين الحربين العالميتين وحتى حصول الدول العربية على استقلالها ، وقد شهدت مرحلة ما بعد الاستقلال تباين وتنوع القضايا التي استقطبت اهتمام الرأي العام العربي الإسرائيلي ، بينما برزت في السبعينات قضايا التنمية الشاملة كأحد التحديات الرئيسية لتلك المرحلة والنابعة من الرغبة في الاعتماد على الغير ومحاولة القضاء على كافة أشكال التبعية الاقتصادية والسياسية والثقافية.

أما مرحلة الثمانينيات فقد شهدت قائمة جديدة من القضايا دارت حول الديمقراطية والغزو الثقافي الغربي الصهيوني وآثار الحقبة النفطية على القيم والممارسات الثقافية والسياسية.

وقد كان لهذه التطورات تأثيرها المباشر على الخطاب العربي السياسي والثقافي والإعلامي ، فجاء الخطاب الثقافي مؤكداً لوحدة التراث الثقافي العربي ومغفلا لجوانب التفرد والاختلاف التي تتفاوت من مجتمع عربي إلى آخر. كما جاء الخطاب السياسي متمحورا حول العموميات والشعارات الشكلية ومكرسا لروح الانبهار الغربي سواء في التكنولوجيا أو الاقتصاد .

ونظراً للعلاقة الحميمة بين السياسة والإعلام ، فقد نحى الخطاب الإعلامي العربي منحى الخطاب السياسي واتخذ نفس المسار في صورة متناقضة ظاهرها التركيز على قضايا الوحدة العربية والتنمية والديمقراطية وواقعها تكريس الأوضاع القطرية وترسيخ وتأكيد روح الانبهار بالثقافة الوافدة .

وعندما نتأمل الخريطة الراهنة للإعلام العربي بكل ما يذخر به من تباينات وتناقضات اجتماعية وصراعات سياسية وأيديولوجية تطالعنا المعطيات التالية :

أولاً: بيئة العمل الإعلامي :

وهي تتضمن أنماط الملكية لوسائل الإعلام والقوانين والتشريعات الإعلامية والكوادر الإعلامية .

يسود نمط الملكية الحكومية للصحف سواء من خلال الملكية العلنية المباشرة أو من خلال المعونات غير المرئية والتي تتخذ أشكالاً متنوعة ، مثل : المصاريف السرية للصحف أو الإعلانات والاشتراكات الحكومية إلا أن الخريطة الصحفية في العالم العربي لا تخلو من بعض الصحف المستقلة والعديد من الصحف الحزبية التي تعتمد في تمويلها على الموارد الفردية والحزبية ، مثال : مصر وتونس والكويت والمغرب والإمارات ولبنان وفيما يتعلق بالقوانين المنظمة للعمل الإعلامي في الوطن العربي يلاحظ أن الحكومات العربية تحتكر الحق في منح التراخيص للمؤسسات الإعلامية كالصحف ومؤسسات الطباعة والنشر.

والوقع أن امتلاك الحكومات لهذا الحق يضع تحت يدها سلطات كبيرة تتمثل في تعيين رؤساء المؤسسات الإعلامية ورسم السياسات الإعلامية وتحديد ميزانياتها مما يؤثر على نوعية المضامين الإعلامية ونوعية القيادات الإعلامية والاختيارات أمام مجالس تحرير الصحف.

كما تؤثر القوانين والتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي على الأطر التنظيمية للمؤسسات الإعلامية وتحدد للصحف محظورات النشر التي تظل سيفا مسلطا على رقاب رؤساء التحرير.

كما تؤثر هذه القوانين على الهيكل التنظيمي للوحدات المختلفة داخل المؤسسات الإعلامية وعلاقات العمل بين رؤساء القطاعات والبرامج المختلفة ، وكذلك بين أقسام الترجمة العربية والأجنبية داخل وكالات الأنباء العربية.

وقد أدت السيطرة التنظيمية المحكمة التي تمارسها الحكومات العربية على وسائل الإعلام إلى سيطرة الطابع الحكومي على الممارسات الإعلامية إذ لا تتسع أغلب الصحف العربية الرسمية إلا لوجهات النظر الموالية للحكومات ، كما تمر المواد الإعلامية التي تنشر بهذه الصحف بعدة مراحل تتعرض أثنائها للحذف والتعديل والتنقيح والتحوير والإضافة والاقتصار على مصادر إعلامية معينة دون سواها وذلك بهدف وصولها في النهاية إلى القراءة في صورة ترضي الحكومات وتدعم نفوذها السياسي وسلطتها الأيديولوجية ونفس الشيء

يحدث بالنسبة للإعلام المرئي والمسموع إذ نادراً ما يسمح بإذاعة برامج خاصة بأحزاب المعارضة أو تحمل رؤية نقدية للحكومات.

هذا وتسود المركزية الشديدة في الأنشطة الإعلامية في الوطن العربي سواء بالنسبة للتوزيع الجغرافي أو الإدارة فالإنتاج الإعلامي يتركز معظمه في العواصم ، ونادراً في مراكز إنتاج إقليمية وخاصة في الدول العربية التي تسمح رقعتها الجغرافية ومواردها البشرية والطبيعية بإنشاء هذه المراكز ، وينطبق هذا القول على الصحف والإذاعات والتلفزيون ووكالات الأنباء والمطابع والإنتاج السينمائي إن وجد ، وكذلك تتخذ كافة القرارات الرئيسية من جانب الرئاسات المركزية في العواصم .

وقد ترتب على هذا الوضع اقتصار الخدمات الإعلامية على سكان المدن الذين أصبحوا يسيطرون بثقافاتهم وأذواقهم وقيمهم على اتجاهات الصحف والبرامج الإذاعية والتلفزيونية في شتى أنحاء العالم العربي مما أدى في النهاية إلى حرمان وعزلة سكان الريف رغم أنهم الأكثر احتياجا إلى النشاط الثقافي والإعلامي .

ثانياً : السياسات الإعلامية :

يلاحظ على السياسات الإعلامية في الوطن العربي تركيزها على الجوانب السياسية والدعائية والتحرك في دائرة الحكام والرؤساء وتسليط الأضواء على أنشطتهم وخطبهم السياسية وتنقلاتهم مما أسفر عن إهمال الوظائف الأخرى للإعلام وعلى الأخص التثقيف والتوعية القومية الاجتماعية ، وذلك رغم ما نراه من محاولات للربط بين النشاط الثقافي والإعلامي والتي اتخذت في كثير من الدول العربية صورة الجمع بين النشاطين في وزارة واحدة (الثقافة والأعلام) إلا أن هذه المحاولات كثيراً ما تصطدم هي الأخرى بعقبة غياب التنسيق والتكامل وفقدان الرؤية الاستراتيجية.

ثالثاً: تأثير الحقبة النفطية :

لا يمكننا إغفال أو تجاهل الآثار المترتبة على الثروة النفطية في المنطقة خلال حقبتي الستينات والسبعينات وانعكاساتها السلبية والإيجابية على السياسات والممارسات الإعلامية في العالم العربي ، فإذا كانت الدول العربية النفطية قد بدأت تجاربها الإعلامية مستفيدة بكل الإنجازات

التي حققتها الدول العربية الأخرى التي سبقتها في هذا المضمار إلا أن الدول النفطية لم تنجح في الإفلات من السلبيات التي لا يزال الإعلام العربي يعاني منها على المستويين الوطني والقومي مضافا إليها التحديات الأخرى التي لا تزال تواجهها هذه الدول ، وتتمثل في تخلخل بنيانها الاجتماعي التقليدي نتيجة التغيرات الاقتصادية وانعكاس ذلك بصورة سلبية على منظومة القيم وأنماط السلوك السائدة ، وقد تشكلت الخريطة الإعلامية في هذه الدول في خضم التغيرات الحادة وبكوادر إعلامية عربية وافدة وبإمكانيات تكنولوجية متقدمة ، وذلك عبر قفزة لا تعبر عن التطور الذاتي لهذه المجتمعات ، وقد كان لكل ذلك تداعياته الثقافية والاجتماعية وتأثيراته العميقة على الممارسات والسياسات الإعلامية في منطقة الخليج العربي .

رابعاً ــ رغم توفر معظم الشروط الأساسية التي تجعل من العالم العربي وطناً مشتركا لشعوبه : وحدة الأرض والدين واللغة والتراث الحضاري والثقافي والسوق إلا أن اختلاف التوجه السياسي بين القيادات الحاكمة في الدول العربية قد أدى بالفعل إلى أضعاف عوامل التوحيد والتقارب ، وتبرز هذه الصورة السلبية كأوضح ما تكون في المجال الثقافي والإعلامي حيث تحولت وسائل الإعلام إلى أدوات لتبادل الهجوم بين الحكام بدلا من القيام بدورها في التنوير والتواصل وتعميق الانتماء القومي بين شعوب المنطقة.

كما تأثرت حركة تداول الصحف والكتب وغيرها من المواد المطبوعة بسبب الرقابة والتعريفات الجمركية ، وكذلك في مجال تطوير تكنولوجيا الطباعة ورفع المستوى الفني لطباعة الكتب والصحف فيواجه العالم العربي عقبة أساسية تتمثل في عدم وجود صناعة قومية متقدمة للورق.

خامساً: الإعلام العربي المشترك :

يصدر الإعلام العربي المشترك عن بني سياسية متباينة تتراوح بين نظم المشيخات والإمارات والممالك المقيدة والمطلقة مروراً بأنظمة ليبرالية على النمط الغربي وانتهاء بنظام الحزب الواحد ، ولكل منها تفسيراته ومفاهيمه ومتطلباته التي قد لا تختلف حول الهدف النهائي ، وبسبب أساليبها ومضامينها التي تخدم مصالح قطرية بحتة في أغلب

الأحيان فإنها تطرح أمام العالم الخارجي أعلاما عربيا مفككا وعاجزا عن خدمة القضايا العربية .

ولقد ظل الإعلام العربي المشترك منذ نشأة جامعة الدول العربية أضعف الآليات التي يسعى بها العرب لبلوغ أهدافهم القومية اذ تولت المصالح القطرية تحديد مجال حركة الإعلام العربي المشترك.

كما امتدت هيمنة هذه المصالح إلى العملية الاتصالية ذاتها لتشمل كل مكوناتها ومراحلها وتؤثر عليها تأثيراً سلبياً مما أدى في النهاية إلى اعتماد أنشطة الإعلام العربي المشترك على المواد الإعلامية القطرية والمنتجة أصلا لخدمة مصالح قطرية.

وقد أسفر ذلك عن وجود حالة من الانفصام بين الواقع العربي وأهداف ووظائف الإعلام المشترك ، كما يلاحظ أن تدخل الأقطار العربية بصورة مباشرة في تحديد وظائف جهاز الإعلام العربي بفرض كفاءات بشرية متواضعة علمياً ومهنيا موالية لأقطارها قبل ولائها للأهداف القومية وحصر وظيفة الإعلام العربي المشترك – لعدة عقود من السنين – في أطر دعائية ذات طابع قطري ، علاوة على حرص المصالح القطرية على تعددية أجهزة رسم السياسات واتخاذ القرارات وازدواجية وظائفها مما أضاف معوقات وأعباء حالت دون قيام الإعلام العربي المشترك بأدواره القومية المفترضة.

سادساً : علاقة الإعلام العربي بالواقع الدولي :

تتعدد العوامل الدولية التي تفرض تأثيرها على النظم والسياسات الإعلامية في العالم العربي وتتراوح ما بين سيطرة اللغات الأوربية (الإنجليزية والفرنسية) كأدوات رئيسية للتعامل في بعض قطاعات الإعلام والتعليم والمعاملات التجارية وقد ساعد ذلك على رواج المجلات الدولية الناطقة بتلك اللغات وكذلك الإذاعات الدولية ومواصلة تأثيرهما الثقافي والإعلامي في العالم العربي.

كذلك تعد وكالات الأنباء الغربية من أبرز العوامل الدولية التي لا تزال تمارس تأثيرها على الإعلام العربي ، ويعزي ذلك إلى أنها قد تأسست وتوطد نفوذها في المنطقة العربية قبل ظهور وكالات الأنباء الوطنية ، لذلك خلقت أنماط لسريان الأنباء وأرست تقاليد للعمل الإعلامي جعلها تتمكن من فرض سيطرتها غير المباشرة حتى على

أساليب العمل في الوكالات العربية ذاتها وقد تزايد الدور الذي تقوم به وكالات الأنباء الغربية ذات الطابع العالمي في ظل انشغال وكالات الأنباء العربية بالترويج للحكومات العربية والانشغال بمعاركها اليومية ضد قوى المعارضة المحلية أو ضد الحكومات العربية الأخرى ، كذلك لا يوجد لمعظم الوكالات العربية مراسلون خاصون ، ولذلك يعتمدون اعتماد شبه كامل على وكالات الأنباء العالمية لمتابعة الأحداث الدولية.

والواقع أن التغطية الإخبارية التي يقوم بها مراسلو وكالات الأنباء العالمية تخضع لسياسات مدروسة وتعليمات لا يمكن أن يحيد عنها المراسل سواء في تحديد الأولويات أو أسلوب اختيار الأحداث وتحريرها ونشرها ، ولا شك أن مراجعة أجواء التغطية الإعلامية التي قامت بها وكالات الأنباء العالمية للقضايا العربية خلال الأربعين عاما الماضية – بدءاً بتطورات الصراع العربي الإسرائيلي ومروراً بحرب أكتوبر ١٩٧٣ وغزو لبنان ١٩٨٢ وانتهاء بحرب الخليج الثانية توضح لنا أهمية وخطورة الدور الذي تقوم به وكالات الأنباء العالمية في الصراع الدولي.

هذا ويضاف إلى عوامل التأثير الدولي السالفة الذكر عوامل جديدة فرضتها مستجدات العصر تتمثل في الاحتكار الغربي لتكنولوجيا الاتصال والدور الحاسم الذي تقوم به الشركات متعددة الجنسية في مجال تسويق السلع الثقافية والإعلامية ثم الوكالات الدولية للإعلان .

وفي إطار الجدل المثار حول السيطرة الغربية على تكنولوجيا الاتصال لابد من الإشارة إلى الدور الذي تقوم به الشركات المتعددة الجنسية والتي تمارس تأثيرا ضخما على أجهزة الإنتاج الاقتصادي والثقافي في الدول التي تعمل بها .

وقد انتشرت في العقدين الأخيرين في الوطن العربي فروع وتوكيلات للعديد من الشركات المتعددة الجنسية التي توجد مراكزها الرئيسية في الولايات المتحدة – فرنسا – إنجلترا – اليابان – وسويسرا.

وتؤكد الدراسات أن الشركات المتعددة الجنسية تقوم بدور متزايد الأهمية في الأنشطة الإعلامية والثقافية وذلك كأحزمة ناقلة يتم من خلالها ترويج القيم الاجتماعية والثقافية من البلدان الأصلية إلى البلدان

الأخرى مما يؤدي إلى فقدان الخصائص القومية المميزة لثقافات الشعوب التي تتعرض لهذه التأثيرات.

هذا ، وقد تضاعفت أنشطة هذه الشركات في مجال توريد البني الأساسية للاتصال وتداول الأنباء وبرامج الإذاعة والبرامج الجاهزة للأغراض التعليمية وإنتاج الكتب والترجمات ووسائل الإيضاح المرئية والحاسبات الإلكترونية والأفلام السينمائية وبنوك المعلومات والأجهزة والتدريب ، كما تمارس هذه الشركات تأثيرها الرئيسي في تكريس التبعية الثقافية من خلال تصدير البرامج التلفزيونية والمسلسلات التي تعتمد عليها جميع مؤسسات التلفزيون العربية اعتمادا كبيراً .

وثمة مشكلات كثيرة تترتب على استيراد هذه المواد الثقافية والإعلامية الأجنبية والتي يتم من خلالها ترويج القيم وأنماط الحياة الأجنبية مما يسهم في ترسيخ الاغتراب الثقافي لدى جماهير المشاهدين من المواطنين العرب.

كذلك يبرز الدور الخطير للشركات المتعددة الجنسية من خلال الإعلانات التي تتضمن محتوياتها قيما وأنماطا للسلوك الاستهلاكي تهدف في الأساس إلى إلحاق الضرر بالاقتصاديات الوطنية في العالم العربي.

هذا ولا تخفي الأضرار التي تلحق بحرية الصحافة في العالم نتيجة النفوذ الهائل الذي تمارسه وكالات الإعلان الدولية (٢٥ وكالة منها ١٢ وكالة أمريكية حتي وقت قريب) ، والذي يتمثل في حجز مساحات كبيرة من الصحف العربية المتعددة الجنسية عدة أهداف في وقت واحد : ترويج بضاعتها ونقل القيم الثقافية الأجنبية والتأثير على حرية الرأي في وسائل الإعلام العربية .

الإعلام العربي وتحديات العصر:

لقد تفاعلت ظروف الصراع الاجتماعي والسياسي والثقافي طوال الفترة التي أعقبت حصول الدول العربية على استقلالها ، أي طوال ما يقرب من نصف قرن سواء داخل المجتمعات العربية بين الحكومات

والشعوب أو بين الأنظمة العربية المختلفة إقليمياً وعالميا ، كما أن التداعيات الدولية والإقليمية التي أعقبت سقوط العسكر الاشتراكي الأوربي وانفراد الولايات المتحدة الأمريكية بالساحة الدولية واختفاء الصراع شرق/غرب وبروز الفجوة بين الشمال والجنوب وما صاحبها من مظاهر الصراع والتحدي وتصاعد الاهتمام بقضايا البيئة والمرأة والسكان، هذا علاوة على الملابسات والنتائج التي أعقبت حرب الخليج على المستوى القومي وذلك في ظل اتساع نطاق آثار الثورة العلمية والتكنولوجية .

كل ذلك أسفر عن بدء ظهور خريطة جديدة للصراع الإقليمي والعالمي، كما تمخض عن حدوث تغيرات جوهرية في أنماط الاتصال ومصادره وقنواته واستخداماته كأداة للهيمنة المحلية والدولية ، وكسلاح حاسم في الحروب والصراعات الإقليمية .

ويضاف إلى ذلك استمرار النظام الإعلامي العالمي الراهن الذي يتسم بالخلل وأوجه التفاوت الخطيرة سواء على المستويات القومية أو الدولية والتي تتمثل في الانسياب غير المتوازن للمعلومات مع رسوخ الاتجاه الرأسي الأحادي الجانب للإعلام من أعلى إلى أسفل ومن المراكز إلى الأطراف ومن الحكومات إلى الأفراد ومن الثقافة المسيطرة إلى الثقافات التابعة ، ومن الدول الغنية تكنولوجيا في الشمال إلى الدول الأفقر في الجنوب.

لقد أدت هذه العوامل مجتمعة إلى بروز مجموعة من التحديات التي تواجه الإعلام العربي المعاصر والتي تتداخل عناصرها ومؤثراتها وتتجلى تداعياتها كأوضح ما تكون على الساحتين الإعلامية والثقافية.

المواجهة – المنطلقات والآليات :

تشير بعض الدراسات إلى وجود أربع ثقافات تتصارع الآن على الساحة العربية هي : الثقافة العربية والثقافة الأمريكية والثقافة الغربية الأوربية والثقافة الإسرائيلية – وإذا كان الهدف الأساسي للغزو الثقافي على الساحة العالمية مدعومة ومعززة بمصالح القوى الأكثر سيطرة على الساحة العالمية ومدعومة ومعززة بمصالح النخب السياسية والاقتصادية المحلية فإن الدول الاستعمارية الأوربية التي مارست في

الماضي سيطرتها وغزوها الثقافي في العالم العربي أصبحت الآن تعاني من الغزو الثقافي الأمريكي ، فالغزو الثقافي في المرحلة الراهنة الممتدة من أعقاب الحرب العالمية الثانية وحتى الآن أصبح ذا صبغة عالمية تتزعمه المراكز الاحتكارية الضخمة والشركات العابرة القوميات والتي تنطلق معظمها من الولايات المتحدة الأمريكية ، وكذلك – وكما سبق أن أوضحنا فإن الغزو الثقافي للوطن العربي لم يتخذ شكلا واحدا عبر تاريخه الطويل بل تجسد في ممارسات وأشكال متنوعة لعل أكثرها رسوخا في المرحلة الراهنة أسلوب الاستعمار الاقتلاعي والاستيطاني في فلسطين والذي توسع باحتلال مناطق عربية أخرى ويعبر عن نفسه ثقافيا فيما يسمى "ثقافة التطبيع".

فالثقافة العربية تخوض في المرحلة الراهنة معركة بالغة الحدة ومتعددة الجبهات تهدد وجودها بالذات كثقافة حضارية لشعوب مارست في الماضي إبداعا حضاريا مرموقا ، وأسهمت في إسراء الحلقة الوسيطة بين الحضارات القديمة والحضارة الأوربية الأمريكية الحديثة .

ومما يضاعف من خطورة المرحلة الراهنة وجود شبكة قوية من المصالح المشتركة بين النخب العربية السياسية والاقتصادية التي تلتقي مع ركائز الغزو الأجنبي وتسهل لها إمكانية التغلغل والرسوخ على أرضية العداء للجماهير العربية وللثقافة العربية.

فالواقع أن الغزو أو الاختراق الثقافي ما كان له أن يحقق أهدافه ما لم تشارك في التنفيذ معظم مراكز السلطة والزعامات والقوى العربية المحلية. يضاف إلى ذم أن البني العربية الموروثة والتي ترسخت خلال مرحلة السيطرة الأجنبية ولم تتبدل بصورة جذرية في مرحلة الاستقلال ، هذه البني مهدت الطريق لتغلغل وترسيخ الغزو الثقافي بمختلف مستوياته كما برزت على أرضيتها مظاهر التخلف الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي العربي .

فلا شك أن خضوع العالم العربي خلال عدة قرون للهيمنة العثمانية بسياسات الجمود والانغلاق التي تميزت بها ثم للغزو والتبعية الثقافية للدول الاستعمارية الأوربية ثم للاختراق الثقافي الأمريكي ذي الصبغة العالمية ، كل هذه الظروف وغيرها أفقدت الثقافة العربية موقعها المميز بين الثقافات العالمية وتقلص اهتمام العالم بها بعد أن انحسر

الإبداع الحضاري للشعوب العربية ، فالغزو الاستعماري الغربي أجهض إمكانية قيام المشروع العربي المستقل ، كما شجع على استمرارية مراكز السلطة القديمة المتمثلة في أصحاب الثروات وزعماء القبائل والطوائف، كما مهد الطريق للمشروع الصهيوني في الوطن العربي كأبرز تجليات الغزو والاختراق الثقافي الأوربي – الأمريكي للوطن العربي.

ولقد تحول الاستتباع الثقافي إلى بني اقتصادية واجتماعية وسياسية وثقافية وثيقة الارتباط بدول المركز في الشمال ، ولن تتحقق المواجهة الفعالة لهذه البني الراسخة إلا بالعمل الجاد على إزالتها وإلغاء تأثيرها من خلال ممارسات ثقافية وعلمية وتعليمية تماثل في عمق تأثيرها وجديتها الدور التخريبي الذي تقوم به هذه البني التابعة ، ولذلك لا يمكن الاكتفاء بفضح مظاهر الاختراق الجماعي الثقافي ورصد تأثيراته في الوطن العربي بل لابد من العمل العربي الجماعي من اجل استبدال بني التبعية والعجز عن مواجهة الغزو الثقافي ببني ثقافية جديدة تمارس المواجهة المستمرة لكافة أشكال الغزو والاختراق الثقافي.

وهناك مستويان للمواجهة : المستوى الاستراتيجي ويشمل السياسات والخطط التي تتبناها الهيئات والمؤسسات القومية في الوطن العربي لمواجهة الاختراق الثقافي الغربي والصهيوني ، والمستوى الإجرائي الذي يتضمن الأساليب والوسائل التي يتبناها كل قطر عربي على حدة ، كما أن كل شكل من أشكال الاختراق الثقافي يحتاج إلى أساليب مواجهة تختلف وتتباين طبقا لنوعية الاختراق ومداه وعمق تأثيره مع مراعاة التمييز بين مظاهر وآليات التبعية الثقافية مع الغرب واختلافها عن أشكال الاختراق الثقافي الأمريكية والصهيونية المعاصرة.

المستوى الإستراتيجي للمواجهة الثقافية :

ينطلق التصور الاستراتيجي للمواجهة الثقافية من حقيقتين جوهريتين تشير الحقيقة الأولى إلى أن الواقع الثقافي الراهن في الوطن العربي الذي يتزامن فيه القديم والجديد والوافد والموروث دون تفاعل حقيقي وتهيمن فيه السياسة على الثقافة وتتسع الهوة فيه بين التقليدي والعصري في مختلف مجالات الحياة العربية المعاصرة ويخضع في مجملة لطغيان الثقافة الاستهلاكية التي تمارسها القوى العالمية المسيطرة

على وسائل الإعلام المرئي والمسموع والتي تعمل بإصرار على تخريب الثقافات القومية وتفتيتها .

كل ذلك يفرض ضرورة تبني استراتيجية ثقافية فاعلة وقادرة على تجاوز الثنائية والانشطار الثقافي في الواقع العربي الراهن وقادرة على مواجهة الاختراق الثقافي من خلال ثورة ثقافية شاملة ومتعددة المراحل تستهدف إعادة بناء التراث الثقافي العربي من الداخل ، لأن أي محاولات جادة لتجديد الثقافة العربية لا يمكن أن تتم إلا من داخلها ، وهذا يثير قضية العودة إلى التراث التي تجدي صدى كبيرا في العالم العربي وخاصة خلال العقد الأخير حيث ينتشر الرأي الذي يؤكد أن الرجوع إلى الأصول الأولى – ويقصدون بها في الأغلب العصر الذهبي للإسلام – هو الدرع الحقيقي الذي يحمينا من كل ضروب التبعية والاختراق الثقافي .

ويشير الوجه الأخر لهذه الدعوى إلى الرفض الكامل للتحديث باعتباره جزءا لا يتجزأ من عملية التغريب التي يتم بواسطتها انتزاع هوية المجتمع العربي الإسلامي ، إذ يدفع المجتمع إلى أن يضع طبقة سطحية من القيم والعادات الغربية فوق تلك الجذور العربية الإسلامية التي تضرب في أعماق التاريخ فتكون النتيجة مزيجا غير متآلف لا يمكن أن تستند عليه نهضة أو إصلاح وخصوصا أن التحديث ليس محايدا بل إن كل عنصر من عناصره يأتي معه بأفكاره وأخلاقه ونظرته إلى العالم ويفرضها على المجتمعات التي تسير في طريق التحديث.

وهنا ينبغي أن نتنبه إلى أن هناك فارقا بين العودة إلى الأصول من اجل التحرير كما حدث في الثورة الجزائرية في مواجهة استعمار استيطاني شرس وبين التوقف عند مرحلة تمجيد التراث التاريخي والشعبي وكأن كل الفروق التي تفصل الحاضر عن الماضي البعيد قد سقطت من حساب التاريخ فالواقع أنه لا شيء في المجال البشري يعود إلى ما كان عليه بل تتوالد على الدوام حقائق جديدة ويتشكل واقع ثقافي وحضاري جديد.

وهذا يفرض علينا أن نتخذ موقفا نقديا من كثير من القيم التراثية التي توصف بالأصالة مما يتطلب بالدرجة الأولى ضرورة إعادة قراءة تاريخنا الثقافي بمنظور نقدي قادر على التغلغل داخل هذا التاريخ وإعادة

تركيب أجزاءه بصورة تحقق التواصل معه وربطه بالواقع العربي المعاصر.

وتشير الحقيقة الثانية إلى مفارقة أساسية في العلاقة بين التبعية الثقافية والعودة إلى الجذور ، فالمجتمعات العربية تسعى في آن واحد إلى تحقيق هدفين يبدو أن كل منهما يتناقض مع الآخر فهي تسعى إلى مسايرة العصر كي تحتل المكانة اللائقة بها على خريطة العالم المعاصرة، وفي ذات الوقت تحرص على التمسك بالهوية القومية والجذور التاريخية فكيف يتحقق ذلك ، أي بمعنى آخر كيف يتحقق الجمع بين الأصالة والمعاصرة ؟ وهنا تثار إشكالية الفرز بين الجوانب السلبية في التراث والتي تتسم بالطابع النقلي القائم على الطاعة والاستسلام المعادي للنقض والإبداعي والتفكير الحر ، والجوانب الإيجابية في التراث التي تضم جميع الإنجازات الرائعة في ميادين العلوم والآداب والفلسفة والتي شكلت رافدا حضاريا متميزا استطاع أن يصب في نهر الثقافة الإنسانية ومسيرتها وقد تعرض للجمود بسبب عوامل الغزو والسيطرة الأجنبية ولكنه يتميز بأنه قابل للنمو والتطور، كذلك فإن الحداثة أو التحديث المرتبطة تاريخيا في العقل العربي الجمعي بالتبعية والخضوع للغرب يملك جوانب أخرى ايجابية تتمثل في التراث العلمي والعقلي الذي أضافته الثقافة الغربية إلى التراث الإنساني المعاصر ، هذا الجانب لا يمكن إغفاله أو تجاهله إذا تزداد حاجتنا إلى الاستعانة به في مواجهتنا لتحديات العصر.

وبالتحام هاتين الحقيقتين تبرز أمامنا شروط المواجهة الفعالة للغزو والاختراق الثقافي ويتصدرها ضرورة الاستفادة من الجوانب الإيجابية للتراث في إطار الدراسة النقدية لتاريخ الوطن العربي وتوظيف هذه الجوانب في إطار مشروع حضاري يستند إلى بني اقتصادية واجتماعية مناهضة تماما للبني التقليدية السائدة حاليا ولا يتحقق ذلك إلا بنشر العقلانية كإطار فكري وكأسلوب للعمل والعلاقات السياسية بين الحكام والشعوب والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد وبين الدول العربية على المستوى القومي ثم مع العالم الخارجي على المستوى العالمي ، كما ينبغي التأكيد على ضرورة احترام حقوق الإنسان العربي واعتباره قيمة حضارية في حد ذاته وليس رقما مهملا في خانة الطوائف والقبائل ،

والاعتراف من جانب الحكومات بحق جميع القوى الاجتماعية والسياسية والأقليات في المشاركة في إدارة شئون أوطانها والتمتع بعوائد ثرواتها القومية.

ويبقى البعد الأكثر ضراوة في المواجهة الثقافية وهو التحدي الاستيطاني الصهيوني وتهديده المستمر للوجود والعقل العربي من خلال الترويج لما يسمى بـ "ثقافة التطبيع" .

الفصل الرابع

الصحافة والإذاعة الدولية

الصحيفة الدولية :

تعد الجرائد والمجلات الدولية وسيلة من وسائل الإعلام الدولي نظراً للإمكانيات الضخمة التي تملكها سواء أكانت فنية أو بشرية أو مالية ، والعدد الضخم من النسخ التي تصدرها وتوزع على نطاق دولي ، بالإضافة إلى قوة السياسات التي تعكسها ولا يمكن حصر المزايا التي تحققها الصحف كوسيلة للإعلام الدولي ومن أهم تلك المزايا :

أولاً : إذا كانت جهود وزارات الخارجية إعلاميا تتركز عادة في الاتصال بقادة الرأي وزعماء الجماعات المؤثرة فإن الصحيفة تستطيع أن تخاطب جمهورا أوسع وبطريقة مباشرة أن تقوم بما يشبه دور الدبلوماسية الشعبية في العصر الحديث .

ثانياً : أنه بالنسبة لشعوب كثيرة من البلدان النامية لها جاليات كبيرة في خارج أوطانها ولها عمال وعلماء وفنيون مهاجرون في الخارج تصبح الصحيفة التي تصدر من أوطانهم لمخاطبة الرأي العام العالمي زادا دائما لتفهم سياسة بلدانهم بما يتناسب مع ظروف حياتهم في تلك المجتمعات الغربية .

مفهوم الصحيفة الدولية :

تعرف الصحيفة الدولية بأنها "الصحيفة التي توجه إلى جماهير القراء في دول أخرى خارج حدود الدولة التي تصدر فيها الصحيفة ، ومن ثم تراعى اهتمامات ولغة هذا القارئ الذي توجه إليه خارج الحدود ، فتصدر بلغة يجيد قراءتها سواء كانت لغته الوطنية أو لغة أخرى ".

ولابد من توافر عناصر ثلاثة مجتمعة في الصحيفة الدولية بحيث إذا فقدت عنصراً منها فقدت بذلك طابعها الدولي **وهذه العناصر هي** :

الأول : انتشار التوزيع عبر الحدود والحواجز التي تفصل بين الدول .

الثاني : قوة التأثير داخل الحدود الوطنية وخارجها وهي قوة تابعة من عمق المضمون وتنوع المادة الصحفية .

الثالث : الصدور بلغة تسمح بالانتشار على النطاق العالمي أو إصدار طبعات بلغات متعددة تسمح للصحيفة بالوصول إلى قراء خارج حدودها الوطنية .

وفي مجال الصحافة الدولية فإنه يمكن التمييز بين ظاهرتين صحيفتين :

أولهما : أن تصدر الصحيفة عدة طبعات في أماكن مختلفة من دول العالم بنفس لغتها الأصلية ، وتسمى هذه الصحف بالطبعات الدولية ، و من أهم الصحف التي تقع تحت هذا المسمي (الفينانشال تايمز) البريطانية التي تصدر طبعة دولية في (فرانك فورت) بألمانيا وهي يومية شعبية اقتصادية يبلغ المعدل القومي لانتشارها ٦٣% بينما يبلغ المعدل الدولي لانتشارها ١٩% وقد أصدرت أيضاً طبعة دولية لها في اليابان و صحيفة (هيرالد تربيون انترناشونال) لها أربع طبعات في خارج الولايات المتحدة و هي فرنسا وبريطانيا وسويسرا و هونج كونج، و كذلك مجلة (نيوزويك) التي تطبع في ست وثلاثين مطبعة موزعة على دول العالم بطريقة نقل الصفحات عن بعد وغير ذلك من الصحف الأوربية والأمريكية وهناك صحيفة "جنك" الباكستانية الشهيرة والتي تظهر في كل من كراتشي وروا لبندي ولاهور ، وبينهما مسافات شاسعة في باكستان كما تظهر في لندن كل ذلك في وقت واحد .

أما في الصحافة العربية فسنجد هناك (الشرق الأوسط) التي صدرت في ٤ يوليو ١٩٧٨م عن الشركة السعودية للأبحاث والتسويق وذلك من لندن ومنذ عام ١٩٨١م للجريدة طبعات مختلفة في الرياض وجدة والظهران – بالسعودية ثم الدار البيضاء ومارسيليا وباريس ونيويورك ، وأخيرا طبعة البلاد العربية عبر الأقمار الصناعية من القاهرة و كذلك جريدة الثورة العراقية ولها طبعة دولية من لندن ، أما الأهرام الدولي فهو يعد كذلك طبعة دولية لأنه يصدر بنفس اللغة التي يصدر بها في مصر ، ويهدف أساساً إلى ربط المواطن المصري المقيم بالخارج بوطنه الأم وقد ظل الأهرام الدولي منذ صدور طبعته في لندن في ١٨ يونيه ١٩٨٤م وحتى يوم ١٢ يناير ١٩٨٧م يكتب الأهرام الطبعة الدولية، ثم بدأ يكتب اعتبارا من يوم ١٩٨٧/١/١٣م عبارة الأهرام الدولي وقد ظلت الطبعة الدولية للأهرام تتشابه تماما مع الطبعة القومية

في القاهرة وذلك قبل أن يبدأ تعديل هذه الصفحات بما يتلائم مع القراء المصريين والعرب في أوربا وأمريكا. وكذلك جريدة الثورة العراقية لها طبعة دولية في لندن و كذلك الحياة "اللبنانية" والقبس الدولي الكويتية وصوت الكويت الدولي .
ثانيهما : أن تصدر الصحيفة أكثر من طبعة في أماكن مختلفة من دول العالم وبلغات آخري غير لغتها الأصلية ومثال ذلك مجلة بلاي بوي play boy إذ أنها بالإضافة إلى طبعاتها الإقليمية في الولايات المتحدة وطبعتها العسكرية لما وراء البحار تقوم بإصدار طبعات أجنبية في كل من فرنسا وألمانيا وإيطاليا واليابان والمكسيك والبرازيل ، لكن يوجد اختلاف في المواد الداخلية في بعض هذه الطبعات فبعض البلدان تحظر بعض موادها التحريرية الجزئية وغير المحظورة في الولايات المتحدة كذلك يوجد لهذه المجلة عناوين مختلفة حيث تسمى في المكسيك (كابا ليرو) و(هومين) في البرازيل ، أما مجلة (ريدرز دايجست) فهي لا تصدر طبعات باللغة الإنجليزية فقط بل أيضا بالفرنسية والهولندية والألمانية والأسبانية والإيطالية وكذلك العربية حيث يبلغ توزيعها الآن نحو ١٠٠ مليون نسخة وفي ٣١ طبعة أساسية مختلفة في ثلاث عشرة لغة مختلفة و ٥١ طبعة محلية وعلى الرغم من أن تكنولوجيا الاتصال والمواصلات قد هيأت للصحافة المحلية إمكانية الوصول إلى أسواق خارج حدود الدولة التي تمثلها سواء بإصدار طبعات خاصة في هذه البلدان بواسطة أقمار الفضاء أو عن طريق نقلها بالطائرات إلى هذه الأسواق الخارجية كما هو الحال بالنسبة لكثير من الصحف العربية التي أصبح من السهل الحصول عليها من أسواق دول أخرى عربية أو غير عربية فإن مضمون هذه الصحف يظل هو الأساس في إضفاء صفة الدولية عليها لأنها تظل محلية الطابع من خلال اهتمامها الأكبر بالموضوعات والقضايا المحلية ومخاطبتها القارئ المحلي في المقام الأول .

ومن المهم أن نشير إلى أن بداية ظهور الصحافة الدولية في العالم توافقت مع بداية انتشار اللغة الفرنسية كلغة دولية أي لغة السياسة والدبلوماسية الدولية ، فقد نشأت الصحافة في أوربا الغربية في بداية القرن السادس عشر وبداية القرن السابع عشر بعد اكتشاف المطبعة على

يد (جوتنبرج) في منتصف القرن الخامس عشر ، وقد ظلت الصحافة تأخذ طباعاً محلياً أو وطنياً حتى مطلع القرن الثامن عشر وذلك لتخلف وسائل الاتصال والمواصلات في ذلك الوقت .

وفي القرن الثامن عشر أخذت اللغة الفرنسية تحل مكان اللغة اللاتينية كلغة للسياسة والدبلوماسية فى مجال الثقافة والأدب والفن ، وذلك نظراً لموقع فرنسا المتميز في الوسط الأوربي وزعامتها القارية الأمر الذي جعل اللغة الفرنسية لغة التخاطب للطبقة الأرستقراطية والمثقفة في مختلف البلدان الأوربية .

وقد سيطرت اللغة الفرنسية في القرن الثامن عشر والتاسع عشر ومطلع القرن العشرين وأصبحت غالبية المعاهدات الدولية الأوربية تكتب بها حتى ولو لم تكن فرنسا طرفا فيها إلا أن البريطانيين وكقوة أوربية كبرى آنذاك لم يخضعوا لهذا الأمر الواضح بل حاولوا مرارا إدخال لغتهم الإنجليزية إلى جانب الفرنسية وبعد انهيار فرنسا أثناء الحرب العالمية الثانية ، وانحسار إمبراطوريتها وتغير موازين القوة وبروز الولايات المتحدة الأمريكية كأقوى وأغنى دول العالم وقيام منظمة الأمم المتحدة ونقل مقرها إلى نيويورك ساهمت كافة هذه العوامل في دفع اللغة الإنجليزية إلى مركز الصدارة بين لغات العالم وصارت لغة الدبلوماسية الأولى في العالم .

ومع كل هذه المتغيرات الدولية ظلت اللغة الفرنسية هي اللغة الثانية بعد الإنجليزية فهي ما تزال تحتفظ بمكان الصدارة في منطقة البحر المتوسط ، وتقتسم مع اللغة الفرنسية قارة أفريقيا وأمريكا الشمالية كذلك تحتفظ اللغة الفرنسية بمركز ممتاز في سويسرا وبلجيكا وهولندا وموناكو وفي جنوب أوربا إيطاليا وأسبانيا والبرتغال ، وما تزال الفرنسية من أكثر اللغات تأثيرا في مجالات الثقافة والفكر والفن والأدب على المستوى العالمي .

ولعل هذا يفسر لنا كيف استحوذت الولايات المتحدة الأمريكية وإنجلترا وفرنسا على النصيب الأكبر من الصحافة الدولية حيث نجد في الولايات المتحدة الأمريكية "ثلاث مجلات دولية" "تايم" و "نيوزويك" و "زي ريدر دايجست" وبها ثلاث جرائد يومية ذات طابع دولي " ذي نيويورك تايم" وذي واشنطن بوست وذي وول استريت جورنال أما

انجلترا فلها خمس جرائد دولية وهي التايمز ، والجارديان ، والفينا نشيال تايمز والصنداى تايمز ، والوبزرفر ، ولبريطانيا مجلة دولية وهي "الأيكونومست" أما فرنسا فلها أربع جرائد يومية دولية و هي "لومند" والفيجارو" وفرانس سوار" ولومانتية" ولها أربع مجلات هي : باري ماتشي ، ولواكسبريس ، ولوبوان ، ولوكانارا نشنية".

وظائف الصحافة الدولية ومشكلاتها :

إن الصحافة الدولية – شأنها شأن كافة وسائل الإعلام الدولية – تعد أداة من أدوات السياسة الخارجية للدولة التي تصدرها ومهما ادعت هذه الصحف من حياد وموضوعية فحقيقة الأمر أنها تستخدم من قبل الحكومات والمؤسسات والجماعات التي تملكها في تحقيق أغراض سياسية واقتصادية وثقافية ، فهذه الصحف تحرص على تقديم صورة إيجابية للنظام الاجتماعي الذي تنتمي إليه والشعب الذي تعبر عنه .

كما تستطيع الصحافة الدولية أن تعمل على تحقيق التفاهم الدولي والتعامل بين الشعوب عن طريق إعلام الرأي العام إعلاماً حرا ودقيقا ونزيها، وبالنضال ضد انتشار جنون الحرب والدعاية للحرب ، وضد خلق التوتر الدولي كذبا وافتراء وبهتانا ، ويتحدد دور الصحافة في هذا المجال عن طريق تشكيلها لملامح ومحددات الصور القومية للدول والشعوب إذا ما التزمت بالصدق والموضوعية وابتعدت عن التشويه والتزييف المتعمد لإنجازات الشعوب الأخرى .

كما تستطيع الصحافة الدولية عن طريق نشر الأنباء والأحداث الدولية وتفصيلها وتحليلها ووضعها في سياقها المناسب الذي يخدم المصلحة الدولية أن تسهم بشكل كبير مع غيرها من وسائل الإعلام الدولية في تكوين الرأي العام العالمي تجاه الكثير من القضايا التي تهم الجنس البشري كله ، كما أنها تستطيع أن تثير اهتمام الرأي العام بالمشكلات التي تهدد الأسرة الدولية و هي مشكلات لا يمكن أن تحل بدون تعاون بين الدول مثل مشكلات (سباق التسلح) والنزاعات المسلحة والإرهاب والمجاعات والفقر والأمية والعنصرية والبطالة والظلم الاقتصادي والنمو السكاني وتدمير البيئة وديون العالم الثالث وغير ذلك من المشكلات والقضايا الدولية .

هذا وتواجه الصحافة الدولية عديدا من المشكلات التي تحد من فاعليتها ، ومن أهم هذه المشكلات :

١- تواجه الصحافة الدولية تحدياً جديا لمدى مصداقيتها بعد اكتشاف استغلال الكثير من أجهزة المخابرات للصحافة الدولية وخاصة المراسلين الخارجين ، ففي ميدان الصراع على المعلومات نجحت الأجهزة الأمنية والسرية في الدول المختلفة بحكم سطوتها وجبروتها ليس فقط في إزالة الحواجز وتذويب الفوارق بين الصحافة والتجسس بل نجحت في استغلال مهمة الصحفي في البحث عن معلومات لتكون جسرا سريا نحو الجاسوسية وكتابة التقارير السرية ، وصار معنى (المخبر) مشتركا بين الصحفي الذي يريد الحصول على المعلومات الصادقة ليقدمها علانية عبر صحيفة إلي القارئ وبين الجاسوس أو كاتب التقرير الذي يريد المعلومات ليقدمها إلى جهاز سري يتعامل معه أو يعمل لحسابه .

وللأسف نجحت الأجهزة الأمنية والسرية في العالم بشكل عام وفي عالمنا العربي بشكل خاص في إغراء عديد من الصحفيين للتعامل معها وجذبهم إليها تحت ضغوط متناقضة إما بالإغراء بالمال والمنصب والترقي والشهرة والتلميع وإما بالتخويف والضغط والابتزاز أو بالسلاحين معاً.

فكم من الصحفيين سقطوا في الفخ ومارسوا مهمة البحث عن المعلومات بوجهها الصحفي والتجسس وكم من الصحفيين العرب والأجانب تعرض للاعتقال والمحاكمة والطرد والنفي والتعذيب والتشريد بسب الضلوع في هذا الأمر ، وكم من الصحفيين توقف عن مد صحيفته بالمعلومات وانتظم في كتابة التقارير السرية طمعا في مال أو منصب .

وقد حدث في سبتمبر ١٩٨٦م أن انفجرت أزمة ساخنة بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي (السابق) عرفت بأزمة الجواسيس التي اشتعلت حتى كادت تهدد جو الحوار الدائر بين القوتين العظميين وتصاعدت درجته عن طريق تبادل طرد الجواسيس والدبلوماسيين .

وبداية الأزمة كانت هادئة إلى حد كبير حين أعلنت واشنطن أنها ألقت القبض على الدبلوماسي السوفييتي (جنادي زخاروف) الموظف

بالأمم المتحدة متلبسا بالتجسس على الأسرار الأمريكية وجاء الرد السوفييتي سريعاً ومحكما حين أعلنت موسكو القبض على الأمريكي الروسي الأصل (نيكولاس دانيلوف) مراسل مجلة (يواس نيوز اند وورلد ريبورت) في موسكو متلبسا هو الأخر بالتجسس لصالح المخابرات الأمريكية عندما كان يتسلم من مواطن سوفييتي خريطتين سريتين .

ومن اجل هذا الخطر جرت محاولات من جانب منظمات دولية حكومية وغير حكومية لوضع سلوك مهني دولي للصحفيين فقد اعتمد الاتحاد الدولي إعلانا حول واجبات الصحفي أما المنظمة الدولية للصحفيين فقد عقدت اجتماعا باليونسكو في عام ١٩٧٣م اقترحت فيه مشروعا لقواعد السلوك المهني للصحفيين ورغم ذلك تظل هذه المحاولات مجرد حبر على ورق ما لم يتم الالتزام بها من قبل الدول المعنية .

٢- تشكو الكثير من الأمم والشعوب وخاصة من بين الدول النامية من محاولات التشويه المتعمد لصورتها القومية وإنجازاتها الحضارية من قبل بعض الصحف الدولية بنشر المعلومات الناقصة والأنباء المحرفة وإذا كان المجتمع الدولي قد أقر الحق في الاتصال لكل الأفراد والشعوب فإن هذا الحق لا يقتصر على حق الإنسان في الحصول على المعلومات بل يشمل أيضا الحق المرتبط به والمترتب عليه وهو حقه في إعلام الغير وإكمال المعلومات الناقصة وتصويبها عندما تكون زائفة وتوجد بالفعل اتفاقية دولية بالحق الدولي في التصويب التي اعتمدتها الجمعية العامة للأمم المتحدة في عام ١٩٥٢ والتي فتح باب التوقيع عليها في ١٩٥٣/٣/٣١ وهي تقتضي بأنه في حالة عدم نشر التصويب المطلوب فإن للدولة المقدمة للطلب أن تلجأ إلى الأمين العام للأمم المتحدة الذي يتعين عليه إذاعة البيان المبلغ إليه على النحو المناسب من خلال قنوات الإعلام الموجودة تحت تصرفه ولكن في التطبيق العملي لا يستخدم هذا النظام .

ومن الجدير بالذكر أنه قد أعد فريق في مجلس الشيوخ الفرنسي تقريرا مهما ومثيرا عن الإعلام والصحافة ، وبعث به إلى برلمانات العالم في شهر مايو ١٩٩٤م ومن بينها مجلس الشعب المصري لعله يفيد

منه على حد سواء العاملون بالإعلام وحملة الأقلام والسلطات الحاكمة والمجالس المشرعة وربما أبرز ما يلفت النظر في التقرير ما تضمنه من قواعد فعالة في خدمة المعرفة .

ومن هذه القواعد والمبادئ الرئيسية التي لا يمكن أن يقوم حولها خلاف سواء كانت ملكية الإعلام والصحافة عامة أو خاصة والتي يأمل مجلس الشيوخ الفرنسي أن يتضمنها ميثاق إعلامي وصحفي عالمي جديد ، ومن أهم ما ينص عليه :

أولا عن المعلومات والآراء : يجب التميز بوضوح بين الأخبار والآراء ... لتجنب الخلط بين الاثنين فالأخبار معلومات عن وقائع أو معطيات أما الآراء فتعبر عن أفكار أو معتقدات أو حكم على أمور معينة من خلال قيم يعتنقها الإعلامي ، وبالنسبة للأخبار فإن عرضها ينبغي أن يتم بطريقة محايدة لكي لا تمتزج بالشائعات .

ثانياً عن الحصول على المعلومات: يجب الإقرار بأن هذا حق أساسي للأفراد ووسائل الإعلام ، ورجال الصحافة ، والناشرين ، و هذا ما أكده قضاة المحكمة الأوربية لحقوق الإنسان كما أكدوا ضرورة أن تكون المعلومات المقدمة لأصحاب الحق في المعرفة معلومات أمينة وينبغي أن تتعامل المؤسسات الإعلامية مع المعلومات التي تتوافر لديها بوصفها حقا أساسياً للمواطنين لا باعتبارها سلعة .

ثالثاً عن الممارسة الأخلاقية : يجب افتراض البراءة أصلا في المتهم وتجنب إصدار وجهات نظر شخصية فيما يتعلق به من أوراق أو ملابسات أمام المحكمة إلى أن تنطق بحكمها ، كما يجب احترام حقوق الناس في حياتهم الخاصة ، و من ناحية أخرى فإنه في مهنة الإعلام الغاية لا تبرر الوسيلة ، فيجب الحصول على المعلومات من وسائل شرعية وأخلاقية .

رابعاً عن الرقابة الذاتية : يجب إنشاء أدوات تنظيمية تكفل هذه الرقابة الذاتية تتكون من الإعلاميين الناشرين والقضاة والممثلين للأوساط الجماهيرية ، ويجب على أدوات الرقابة الذاتية أن تنشر تقارير سنوية حول نتائج أبحاثها بشأن ما يعرض أو ينشر بهذا يمكن أن يتحسن كثيرا أداء الإعلام والصحافة .

٣- وثالث المشكلات التي تعترض الصحافة الدولية فتتمثل في **مواجهة العديد من مراسلي الصحف الدولية كثيرا من العقبات في تغطية الأحداث الدولية** ، حيث تضع بعض الدول صعوبات تحول دون وصول المراسلين إلى مصادر الأنباء وأحيانا يمنع المراسلون من دخول البلدان ، وفي بعض الأحيان توضع بعض العراقيل أمام إرسال الأنباء وتفرض لونا من الرقابة على البرقيات والتقارير الصحفية وكذلك يواجه المراسلون أخطار جسمانية في أثناء تغطيتهم للنزاعات المسلحة والحروب ولقد جمع معهد الصحافة الدولي المعلومات عن فترة مدتها ١٥ شهراً تفيد بأن ٢٤ صحفياً اغتيلوا و٥٧ صحفيا جرحوا وعذبوا واختطفوا و١٤ صحيفة تعرضت للهجمات بالقنابل .

ومن الجدير بالذكر أنه في يوغسلافيا السابقة قتل ما بين الأعوام ١٩٩١ – ١٩٩٦م ما لا يقل عن ٧٥ صحفيا و هذا يفوق عدد الصحفيين الذين قتلوا في فيتنام كما كان عام ١٩٩٤م هو عام نكبة بالنسبة للصحفيين إذ قتل ١٠٣ صحفي معظمهم في رواندا ، وفي عام ١٩٩٥م قتل ما لا يقل عن ٤٩ صحفيا وفي عام ١٩٩٦م كان العدد ٣٨ ، وفي الحقيقة أن الوضع الراهن للصحافة الدولية إنما تعكس بصورة واقعية حقيقة الأمر الدولي بكل ما ينطوي عليه من عدم تكافؤ إعلامي بين الدول .

وعلى أي حال فمن المتوقع في السنوات القليلة القادمة زيادة قوة وانتشار الصحافة الدولية فهذه النوعية من الصحافة عابرة الحدود أصبحت أكثر قدرة على دخول معظم بلاد العالم ولم تعد مهددة بإجراءات المنع والمصادر التي كانت تقوم بها بعض الحكومات لآن كل عدد من الصحف والمجلات الدولية يطبع ويوزع في الوقت نفسه عبر شبكة الإنترنت وبالتالي لا تستطيع حكومة ما منع أو مصادرة العدد ، ومن المتوقع في ظل تطور الصحافة الإلكترونية وانتشار شبكة المعلومات وعولمة الإعلام أن تصدر الصحف والمجلات الدولية عبر الوسائط المتعددة وشبكات المعلومات ، من جانب آخر فإن المشكلات التي كان يتعرض لها مراسلوا الصحافة الدولية بدأت في التراجع بسبب ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتقلص قدرة الحكومة على إخفاءه الحقائق والمعلومات .

الصحافة في العالم :

من وقت لأخر تنشر منظمة اليونسكو ومنظمات أخرى أرقاما حول عدد الصحف في العالم فلا أحد يعرف على وجه التحديد كم عدد الصحف التي تنشر في العالم .

وطبقا لإحصاء الاتحاد الدولي للصحافة الدورية فإن عدد الصحف التي تصدر في العالم يصل إلى ٤١٠ آلاف صحيفة وان عدد الصحف العلمية فقط بلغ مائة ألف دورية وأن عدد الصحف اليومية يصل إلى ثمانية آلاف جريدة .

ويوجد نحو ثلث عدد هذه الصحف على الأقل في أمريكا الشمالية وتختص الدول الأوربية بما فيها دول الاتحاد السوفيتي السابق بثلث آخر، بينما ينتشر الثلث الباقي في دول العالم الأخرى وتستأثر أوربا بنصف التوزيع العالمي للصحف ويخص أمريكا الشمالية ربع هذا التوزيع بينما تخطي بقية دول العالم بالربع الباقي .

وتتسم الصحف في كل أنحاء العالم بالتنوع الشديد في الاهتمامات والمحتوى وتعاني الصحف في كل مكان مشكلات التكاليف الباهظة لورق الصحف والأسعار المتضخمة للتجهيزات والقيود المفروضة على حرية الصحافة .

الصحافة الدولية رفيعة المستوى :

إن الصحافة الجيدة رفيعة المستوى أو "صحافة الصفوة" هي تلك النوعية من الصحف التي لها تأثيرها على المثقفين وقادة الرأي في مختلف أنحاء العالم وهي الصحافة التي تحظى باهتمام كبير من جانب الدبلوماسيين والكتاب والاقتصاديين والعلماء والمعلمين ، وعلماء الأديان، وهي نوع من الصحافة تهتم الجامعات والمكتبات بتوفيرها لطلابها وروادها وهي نوع من الصحافة تعد نموذجا في كل دولة للصحف والصحفيين الجادين ، وهي أيضا الصحافة التي ينقل عنها كثيرا مما تنشره وتحظى بأكبر قدر من الاحترام ، وباختصار هي الصحافة التي لها أكبر قدر من التأثير على التفكير الجاد في أمة من الأمم وعلى صناعة القرار في حكومة ما وهذه الصحف تسعى لتكوين قادة رأى صحفي وأن يكون لها تأثير حقيقي على السياسة الوطنية والعالمية

وتسعى كذلك إلى اكتساب احترام المواطنين والمتعلمين الجادين وذلك من خلال ما تقدمه من مواد تتسم بالشمول والتوازن والتكامل وكذلك تسعى هذه الصحف إلى أن تكون نموذجا للدور الذي ينبغي للصحف في بلادها أن تؤديه .

وتشكل الصحف رفيعة المستوى في كل أنحاء العالم جاذبا واحدا من صحافة العالم فالصحف الشعبية أو ذات التوجه الجماهيري تنتشر بغزارة في كل أنحاء العالم وهي بطبيعة الحال لها تأثيرها الخاص على ثقافة الجماهير والذوق الشعبي وهي تشكل مع نوعية أخرى من الصحف التي تقف في منطقة وسط بين اهتمامات الجماهير واهتمامات الصفوة الجزء الأكبر من عدد الصحف في العالم .

ولو نظرنا إلى هذه النوعية من الصحف في العالم فسوف نجد أن أمريكا الشمالية يصدر بها عدد كبير منها ففي كندا على سبيل المثال نجد صحف "جلوب اند ميل" التي تصدر في "تورنتو" وفي الولايات المتحدة الأمريكية توجد صحف يومية أمريكية في كل جزء من الولايات المتحدة إلا أن معظمها يتركز في مناطق الساحل الشرقي والغرب الأوسط ففي الساحل الشرقي تصدر "نيو يورك تايمز" واشنطن بوست ، كريستيان ساينس مونيتور ، ومن الغرب الأوسط نذكر صحف رائدة مثل "سانت لويس" بوست مينيا بوليس تربيون وكنساس سيتي ستار .

ومن بين الصحف ذات المكانة على الصعيد بين الوطني والدولي والتي تصدر في الغرب الأمريكي صحيفة "لوس أنجلوس تايمز" .

أما أوربا الغربية فهي موطن لأكثر الصحف رفيعة المستوى تقدما في العالم فالقارة الأوربية مليئة بصحف يومية وأسبوعية جادة تمتد تأثيرها إلى أماكن بعيدة وتعد هذه الصحف أشمل الصحف معرفة فيما تقدمه من مواد في العالم وتتميز بعمق وجدة . ففي السويد توجد صحيفة "نيوزيورخ تساتيونج" وفي فرنسا لوموند والتايمز والجارديان البريطانيتان ، ودى فلت وفرانكفورتر الجمايني ألمانيا ، أيه بي سي أسبانيا ، والبرافد وازفستيا الروسيتان ، وباستثناء اليابان والصين والهند فإن آسيا من الناحية الفعلية تخلو من الصحف ذات المستوى الرفيع حيث تبرز اليابان من بين هذه الدول الثلاث بصحافتها الجيدة المتطورة والمتقدمة وكذلك بصحافتها الشعبية المتطورة أيضا ، وتعد صحيفة

"أساهي شمبون" أفضل صحيفة يومية رفيعة المستوى في اليابان وفي الصين توجد صحيفة الشعب . أما في الهند فإن أفضل الصحف الهندية تصدر باللغة الإنجليزية وأهمها ستيمان أوف كلكتا وهند أوف مدراسى وتايمز أوف إنديا وجميعها تصدر في الهند تواجه مشكلات عديدة تمنع ظهور المزيد منها وتحسين مستواها فالتعدد اللغوي والعجز الاقتصادي ومعدلات التعليم المنخفضة ونقص إمكانيات التدريب ، وندرة الصحفيين المدربين والتجهيزات الصناعية القديمة كل ذلك يعد عوائق أساسية أمام الصحافة الهندية .

وفي أمريكا اللاتينية كان لانتشار اللغة الأسبانية لغة للصحافة جنب المنطقة مشكلات التعدد اللغوي فرغم انتشار الأمية والأزمات الاقتصادية فيوجد بها عدد لا باس به من هذه الصحف مثل لابرنسا في الارجنتين واكسلسيور في المكسيك.

أما في استراليا فيوجد بها إيج أوف ملبورن وهيرالد اوف ملبورن وصحيفة أوستراليان وهي جميعا صحفا يومية .

أما في القارة الأفريقية فإنه باستثناء مصر في الشمال وجنوب أفريقيا في الجنوب لا توجد صحف رفيعة المستوى ، ففي مصر توجد صحيفة الأهرام القاهرية وصحيفتا راند ديلي ميل ودي بورجر في جنوب أفريقيا .

التطور التكنولوجي وأثره على الصحافة الدولية :

إن التطور في تكنولوجيا الاتصال والمواصلات بشكل عام وتطور تكنولوجيا الصحافة بشكل خاص قد وفر للصحافة الدولية مساعدات كبيرة في أداء وظائفها الدولية من جهة وأوجد لها وظائف جديدة من جهة أخرى فقد كانت التطورات المتلاحقة في وسائل المواصلات والاتصالات آثرها الكبير في تطور نشاطات الصحف الدولية إذ لعب التقدم الذي طرأ على الخدمات البريدية في القرن التاسع عشر دوراً بالغ الأهمية في الحصول على الأنباء الخارجية ونشرها، ثم أحدث اختراع التلغراف على يد "صموئيل مورس" نقلة أخرى مهمة في الحصول على الأنباء الدولية حيث أمكن عن طريقة إرسال ٢٠ كلمة في الدقيقة ، ثم جاء اختراع التليفون على يد "جرا هام بل" لتحقيق الاتصال الفوري والمباشر بين المراسل الخارجي والمصدر من ناحية وبين

المراسل الخارجي وصحيفته من ناحية ثانية ومع بداية القرن العشرين اخترع "مار كوني" الراديو الذي أمكن استخدامه في عام ١٩١٧ نقل الأخبار الصحفية الدولية والذي مكن إرسال ٦٧ كلمة في الدقيقة ورغم أنه أمكن إرسال الصور عن طريق "الراديو" مع بداية الخمسينات من هذا القرن .

إلا أن الأمر كان قاصراً على الصور الفوتوغرافية وغالباً ما كانت تصل غير واضحة ، وتضيع منها بعض التفاصيل الدقيقة ولكن اختراع جهاز "الفاكسميلي" وهو جهاز الإرسال عن بعد أو جهاز إرسال النصوص اللاسلكية قد مكن الصحفي من إرسال الصور الواضحة كافة أشكالها بالإضافة إلى إرسال النصوص المكتوبة .

وقد بدأ استخدام هذا النظام في نقل الصفحات في كثير من صحف العالم في الستينات من هذا القرن ، وقد عم استعماله في الولايات المتحدة وكندا ، وبريطانيا ، واليابان وروسيا ، والسويد ، والدنمارك وهولندا .

وكانت أول جريدة تم نقلها كاملة عن طريق قنوات البث للمسافات الطويلة هي جريدة "وول ستريت جورنال" التي تظهر في أربع طبعات داخل الولايات المتحدة طبعة في شيكاغو وطبعة في كليفلاند وطبعة في دالاس وطبعة في سان فرانسسكو وبدأ أول إرسال لها في سان فرانسسكو ثم في المدن الأخرى وكان اليابانيون يجرون التجارب على هذه الطريقة في نقل الصفحات منذ عام ١٩٥٩م ، وكانت جريدة وول ستريت جورنال الأمريكية على اتصال مستمر بجريدة أساهي شيمبون اليابانية وكانت سرعة إرسال أول صفحة ٣٠ دقيقة ، سرعان ما أصبح يتم في أقل من خمس دقائق .

وقد استمر تطور أجهزة إرسال الصور بالراديو والتليفزيون وأجهزة إرسال المستندات وكان قمة تطور هذه النوعية من الأجهزة هي أجهزة إرسال واستقبال الطبعة الدولية ، أي إرسال واستقبال صفحات كاملة من الجريدة اليومية لكي تطبع في مكان آخر يبعد آلاف الأميال في نفس الوقت تقريبا الذي تطبع فيه الجريدة الأصلية .

وقد دخل تجربة نقل صفحات الجريدة اليومية عن طريق الصورة التليفزيونية لكي تطبع في أكثر من موقع في نفس الوقت منذ عام ١٩٧٤ في الجزائر حيث تم نقل صفحات الصحف من العاصمة إلى عدد من

المدن الرئيسية كما تم كذلك بالنسبة لجريدة الشرق الأوسط الصادرة بلغة عربية الصادرة في لندن تطبع في نفس الوقت في المغرب وكذلك الطبعة الدولية الأهرام التي تنقل إلى أوربا لتطبع هناك وتصدر في نفس اليوم .

ولما كان التطور في صناعة وإنتاج الصحف يمثل إيقاعا سريعا متلاحقا لعصر الثورة العملية والتكنولوجية باعتبار الأهمية المتزايدة لهذه الصناعة الاستراتيجية من حيث كونها أداة إعلامية ذات تأثير هائل وبتقديمها للخدمة الصحفية اللازمة للمتابعة السياسية والاقتصادية والعملية وغيرها من مجالات الحياة المختلفة فإنها مطالبة بتحديث نفسها .

والأمر يجسد عصر "ثورة المعلومات" فإن الكم الهائل من المعلومات وضرورة الإسراع في مجالات توصيلها لمن يطلبها فرض ابتكار الحاسبات الآلية والإلكترونية وما تبعها من تطوير أخاذ في مجالات الصناعة الإلكترونية من حيث ابتكار نظم ووحدات متطورة تعمل وفق نظم وبرامج آلية بسرعة تكافئ – إن لم تزد على سرعة إيقاع التطور ذاته – ومن هنا نشأت ضرورة وفائدة استخدام التطور العلمي والتكنولوجي في صناعة وإنتاج الصحف من حيث :

١- مواجهة الاحتياجات الحالية والمستقبلية في مجال الإعلام .
٢- مواكبة عصر ثورة المعلومات والاتصالات .
٣- تطوير العملية الإنتاجية للصحف وغيرها من المطبوعات لتحقيق الفائدة المثلي لصناعة الصحافة والطباعة والنشر .
٤- الموازنة الاقتصادية بين تكلفة الإنتاج والعائد المحقق .
٥- إعادة تخطيط المهام والمسئوليات في الحقل الصحفي بما يناسب روح العصر.
٦- مواجهة المنافسة بين التليفزيون والصحافة فإن الأجهزة السمعية والبصرية بدأت تغزو العالم الإعلامي . ولكي لا تهزم أمام هذا الغزو – تلك الكلمة المطبوعة – فإنه بات علينا أن ننتبه إلى استعمال التكنولوجيا لتحقيق الغرض في الزمن الأقل .

حيث يستخدم الحاسب الآلي في جميع مراحل الإنتاج الصحفي بدءا من مرحلة جمع النصوص ومراجعتها وتخزينها واسترجاعها ،

وضبط وصلات الكلمات ، وضبط محاذاة السطور كذلك يمكن عن طريق البرامج الخاصة بمعالجة الكلمات إتمام عمليات التدقيق النحوي والإملائي .

وعن طريق وسيط الأنباء يتلقى الحاسب الأخبار من مختلف أنحاء العالم عبر وكالات الأنباء العالمية والمحلية ويمكن التعامل معها وإعدادها للنشر على الشاشة مباشرة دون الحاجة إلي طبع كل ما يرد إلي الصحيفة من أنباء والاكتفاء بما يحتاجه للنشر فقط وهو ما يوفر لها الوقت والجهد والمال . كما يتيح الحاسب الآلي معالجات دقيقة للصور والرسوم بتحديد درجة نتيجة ووضوح مناسبة لها ، والتدخل في تصحيح ما بها من أخطاء وإخفاء ما بها من عيوب مهما كانت دائرة الاتصال الخطي أو الظلي إضافة إلى عمل التأثيرات الخاصة عليها باستخدام المرشحات المتنوعة التي توفرها برامج معالجة "العناصر الجرافيكية" كما يساعد استخدام الحاسب على تكبير وتصغير الصور والرسوم وقلب اتجاها وإمالتها وقطعها وتفريغ خلفيتها بدقة وعبر وسيط الصور المتصل بشبكة الصحيفة يمكن استقبال الصور من مختلف أنحاء العالم وقت وقوع الحدث واستعراضها على الشاشة لانتقاء أفضلها للنشر دون الحاجة إلى طبع عشرات الصور وانتقاء القليل منها للنشر .

ومن ثم وفر الحاسب للصحيفة الوقت والجهد والمال المهدر ، وبتخزين مئات الصور آليا على الشاشة فيما يعرف بالأرشيف الإلكتروني انتفت الحاجة لأرشيف الصور التقليدي بمساحته الضخمة ، كما قضى على مشكلات تلف الأصول أو ضياعها ، حيث يتم تداول الصور آليا دون أن تمسها الأيدي وبالتالي أمكن الحفاظ على صورة الأصل مهما تكرر استخدامه . وفي مجال تصميم الصحيفة وتنفيذها يمكن للحاسب من إعداد التصميمات المتنوعة للصفحات العديد من التصميمات المتنوعة .

ومن ثم يمكن القول بأن الحاسب الآلي شارك وبفاعلية كبيرة في جميع مراحل وتجهيزات ما قبل الطبع كما يستخدم في ضبط الأخبار والترطيب وسرعة دوران الماكينة وعدد اللغات في مرحلة الطباعة ذاتها إضافة لاستخدامه في التوزيع بحصر قوائم المشتركين آليا والاتصال بمنازلهم وحل مشاكلهم بشكل فوري .

وفي السنوات الأخيرة توسعت الصحف الدولية في استخدام النظم الإلكترونية الحديثة مثل نظم إرسال "النصوص المرئية" وهي نظم تجمع بين شاشات التليفزيون من جهة وأجهزة الكمبيوتر والتليفزيون والأقمار الصناعية من جهة أخرى وهي تقوم على الإرسال في اتجاهين وتسمح للمراسل الخارجي أن يشاهد المصدر وأن يسأله وأن يشاهده وهو يجيب على أسئلته وان يسجل هذه الإجابات بالصوت والصورة وهذه النظم الإلكترونية المتقدمة أصبحت تتيح أيضا للمراسل الخارجي أن يكتب نص الخبر أو التقرير وإرساله من موقع الحدث نفسه إلى مقر الجريدة بل يمكن للمراسل الخارجي الاتصال ببنك المعلومات الإلكتروني في الصحيفة للحصول على المعلومات الخلفية أو أية تفاصيل يحتاجها لكتابة الخبر أو التقرير قبل أن يبعث به جاهزا للنشر الفوري في الصحيفة وذلك من مكان الحدث نفسه مهما كان يبعد عن الصحيفة .

وقد بدأ الاستخدام الفعلي لهذه الأنظمة المتقدمة في نقل الأخبار الدولية منذ عام ١٩٧٦ حين استخدمتها وكالة "اليونايتدبرس" تغطية "أولمبياد مونتريال" ولتغطية انتخابات الرئاسة الأمريكية في نفس العام وقد انتقل استخدام هذه النظم المتقدمة في نقل الأخبار من وكالات الأنباء العالمية إلى الصحف الدولية الكبرى في الولايات المتحدة وغرب أوربا .

الصحافة العربية في المجال الدولي:

هناك العديد من الصحف العربية التي يطلق عليها البعض أو تطلق على نفسها صفة الدولية بعض هذه الصحف يتم توزيعها خارج الوطن العربي والبعض الأخر يصدر داخل الوطن العربي .

وقد ميز الأستاذ الدكتور فاروق أبو زيد بين خمس مجموعات من الصحف العربية بهذه الصفة وهي :

المجموعة الأولى :

وهي صحف الجاليات العربية في الخارج وهي تصدر باللغة العربية وتوزع بصفة أساسية على أبناء الجالية العربية في البلد الذي تصدر فيه وهذه الصحف تنتشر أساسا في أمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية واستراليا ومن النادر أن تسعى هذه الصحف إلى التوزيع خارج حدود البلد الذي تصدر فيه كما أن صدورها في بلدان بعيدة عن العالم

العربي حال بينها وبين التفكير في التوزيع داخل الوطن العربي لذلك فإن اهتمام هذه الصحف يكاد ينحصر في تغطية نشاطات أبناء الجالية العربية في البلد الذي تصدر فيه بالإضافة إلى نشر أخبار متفرقة عن العالم العربي .

المجموعة الثانية :

وهي الصحف العربية المهاجرة وهي تلك الصحف التي اضطرت إلى الهجرة من الوطن العربي أو تلك التي أصدرها صحفيون مهاجرون من الوطن العربي وذلك بسبب افتقاد هذه الصحف وأولئك الصحفيون لحرية التعبير داخل أقطارهم العربية وأكثر هذه الصحف يصدر في لندن وباريس وبعض العواصم الأوربية الأخرى ، وأغلب الصحف العربية المهاجرة في الوقت الحاضر تعود هجرتها إلى نشوب الحرب الأهلية اللبنانية عام ١٩٧٥م .

ومن ابرز الصحف العربية اللبنانية مجلة الدستور وهي مجلة أسسها في لبنان خليل أبو جودة في عام ١٩٢٧وصدرت أسبوعية سياسية وقد انتقلت ملكيتها إلى عدة أشخاص حتى انتهت قبيل الحرب الأهلية إلى الصحفي اللبناني على بلوط وقد تحولت إلى تأييد النظام العراقي واضطرت إلى الهجرة إلى لندن بعد دخول الجيش السوري أي لبنان وسيطر عليها فرع حزب البعث العراقي وكذلك مجلة الحوادث وجريدة الحياة .

وكذلك أصدر عدد من الصحفيين اللبنانيين المهاجرين صحفا عربيا جديدة في المهجر ومن أبرزها مجلات الوطن العربي والمستقبل وكل العرب التي صدرت في باريس في أول سبتمبر عام ١٩٨٦ ويرأس تحريرها ياسر هواري" وقد بدأت معتدلة ثم انحازت إلى تأييد النظام العراقي وكذلك مجلة التضامن والدولية.

كما أصدر الصحفي السوري "عبد الوهاب فتال جريدة الشرق الجديد وأصدر السياسي السوري رفعت الأسد شقيق الرئيس حافظ الأسد ونائب رئيس الجمهورية السابق في سوريا أصدر مجلة الفرسان من باريس وهي تميل إلى الدفاع عن السياسات والمواقف العربية السورية . كما تم إعادة إصدار مجلة الدعوة لسان الحال الأخوان المسمين بمصر

في النمسا حيث أصبحت تصدر من المركز الإسلامي وتعبر عن التنظيم العالمي الأخوان المسلمين في ذلك نهاية عام ١٩٨١ .

وتعد جريدة الخواطر هي أول صحيفة يومية عربية صدرت في باريس فقد صدر عددها الأول في ٢٣ يناير عام ١٩٨٤ أما عدد يوم الأحد فيصدر باللغة الفرنسية باسم Reflets Dimanc.HE أي انعكاسات الأحد ويملك هذه الصحفية الصحفي اللبناني أميل حايك الذي كان يديرها في بيروت حتى عام ١٩٧٥م ويؤكد هذا الصحفي على لبنانية صحيفته التي تحمل على حد قوله رسالة وتدافع عن مصلحة اللبنانيين جميعا ويعمل في هذه الصحيفة صحفيون عرب وفرنسيون وفي أكتوبر عام ١٩٨٧م صدر في باريس أيضا عن دار الحوار الجزائرية العدد الأول من مجلة الحوار الأسبوعية ورأس تحريرها جورج الرأس وصدرت في بداية فبراير عام ١٩٨٩ م مجلة شهرية عربية باللغة الفرنسية اسمها ديالوج انترناشونال أي حوار دولي .

ويبلغ عدد الدوريات التي تصدر في أوربا برأس مال عربي إحدى وستين دورية منذ بداية الحرب الأهلية في لبنان كما صدر في باريس في ٢ أبريل عام ١٩٩٠م العدد الأول من الشام جريدة يومية سياسية عن دار الفرسان يشرف عليها الدكتور دريد الأسد .

المجموعة الثالثة :

وهي تضم ما يسمى بالطبعات الدولية لعدد من الصحف العربية المحلية مثال ذلك الأهرام الدولي ، والقبس الدولي ، والنهار الدولي وهذه الطبعات الخاصة من الصحف العربية موجهة بالأساس إلى القراء العرب في خارج الوطن العربي وان كان بعضها يوزع في بعض الأقطار العربية ويغلب على مادتها الصحفية الاهتمام بالشئون المحلية للبلد التي تصدر منه هذه الصحيفة ثم يلي ذلك الاهتمام بالشئون العربية ثم الشئون الدولية التي تحتل المكانة الأخيرة من اهتماماتها .

المجموعة الرابعة :

وهي تضم الصحف التي أصدرها صحفيون عرب بتشجيع من حكوماتهم أو بعد معارضة منها في بعض العواصم الأوربية وذلك للاستفادة من الإمكانات الصحفية المتطورة في الغرب أو للتحايل على بعض القوانين الصحفية المحلية التي تمنع الملكية الفردية في الصحافة أو التي تحول دون إنشاء صحفا جديدة وبعض هذه الصحف سعت إلى إصدارها في خارج الوطن أنظمة عربية ظنا منها أن مجرد صدورها في الخارج يعطيها طابع الحياد أمثال مجلة الطليعة العربية ، ومجلة المجالس العربية والموقف العربي ، وجريدة الشرق الأوسط ومجلة المجلة وسيدتي وجريدة المسلمون .

المجموعة الخامسة :

وهي تضم الصحف التي تصدر بلغات أجنبية في بعض الدول العربية وتوزع بين الأجانب الذين يعيشون أو يعملون في هذه الدول بالإضافة إلى أعداد قليلة من العرب الذين يجيدون اللغات الأجنبية التي تصدر بها تلك الصحف ولا تخلو دولة عربية من صحيفة أو أكثر .

ويخلص الدكتور فاروق أبو زيد إلى أن هذه الصحف لا تعد صحفا دولية بالمعنى الذي حدد للصحافة الدولية ، وليس للعالم العربي صحيفة دولية وهو أمر يعود بالدرجة الأولى إلى كون اللغة العربية ليست لغة دولية كاللغة الإنجليزية أو الفرنسية ورغم تزايد نفوذها في ربع القرن الأخير واعتراف الكثير من المنظمات الدولية بها إلا أنها مازالت في مجال وسائل الإعلام لغة غير دولية لا يقرأ بها سوى العرب وأقلية نادرة من المستثمرين أو الدارسين أو المهتمين بالشئون العربية وهى قلة لا تشكل بأي حال جمهوراً يعتد به في مجال الصحافة الدولية .

- **الإذاعات الدولية** :

يمكن القول أن الإذاعات الدولية International Broadcasting توجه من دولة معينة إلى دول أخرى ، كما يمكن أن يضاف إليها تلك الإذاعات التي تسمع على نطاق معقول في دولة أخرى وان كانت موجهة أساسا داخل دولة معينة وقد توجه الإذاعة من قبل الحكومة بشكل رسمي أو بشكل غير رسمي من خلال المحطات السرية.

ومن الإذاعات الدولية الشهيرة هيئة بالإذاعة البريطانية (BBC) وصوت أمريكا وإذاعة موسكو وراديو بكين والإذاعة الدولية لألمانيا الغربية وإذاعة القاهرة وهيئة الإذاعة الكندية وهيئة الإذاعة الأسترالية وهناك راديو أوربا الحرة وراديو الحرية .

وهناك الإذاعات الدولية مثل إذاعة صوت الإنجيل وإذاعة القرآن الكريم المصرية.

وهناك الإذاعات التجارية التي تقوم بخدمات دولية مثل راديو لوكسمبرج وراديو أوربا ويقدر المستمعون لهما بعشرات الملايين.

وهناك بعض محطات التليفزيون التي تؤدي خدمات خارجية فالتليفزيون النمساوي مثلا يمكن استقبال برامجه في المجر وتشيكوسلوفاكيا، ويمكن أن ينطبق ذلك على ألمانيا الشرقية وألمانيا الغربية ولاسيما في مدينة برلين حيث تدور حرب دعائية بين الألمانيين رغم التطور في العلاقات بينهما.

وهناك التليفزيون الإسرائيلي الذي يمكن التقاطه في بعض المناطق في الدول العربية الملاصقة لإسرائيل ، والتليفزيون الأردني الذي يمكن التقاطه في إسرائيل.

ومن المسائل الشائعة في أوربا الاستماع للإذاعات الداخلية للدول الأوربية الأخرى ، كما أن الراديو التليفزيون الخاص بالقوات المسلحة الأوربية والذي يذيع بالإنجليزية للقوات الأمريكية المتمركزة في الخارج ، يستمع إليه أيضاً بعض القاطنين في ألمانيا واليابان وجنوب شرق آسيا وغيرها .

وليست الإذاعات الدولية قاصرة على الموجة القصيرة فهناك أيضاً الموجة المتوسطة ، فالإذاعات الدولية التي تصل أفريقيا وأمريكا تعمل من خلال الموجه القصيرة ، أما الموجه المتوسطة فهي هامة في

أوربا واسيا ويستعمل الاتحاد السوفيتي الموجه المتوسطة لأوربا والشرق الأدنى، وتغطي السين معظم جنوب وشرق آسيا بمحطات متعددة تعمل على موجة متوسطة .

وعادة ما يتم الاستماع للإذاعات الأجنبية للحصول على شيء لا يتم الحصول عليه من الإذاعات الداخلية ، أو للحصول على وجهات نظر أخرى في المسائل السياسية ، أو إذا كأجهزة الإعلامي الدول التي يستمع فيها المستوى أي انخفاض الكفاءة بوجه عام أو وجود رقابة أو تركيز على وجهة نظر معينة دون أخرى أو ترويجها لمسائل عقائدية يرفضها البعض أو عدم مراعاتها للحد الأدنى من القواعد العلمية عند ممارسة العمل الإعلامي ، كل هذه العوامل تدفع إلى الاستماع إلى الإذاعات الأجنبية التي لا تعاني من مثل العوامل السابقة حتى ولو كان هناك تشويش عليها.

ويمكن القول بوجه عام أن الإذاعات الدولية – كوكالات الأنباء الدولية والصحف والمجلات الدولية – تعد وسيلة من وسائل السياسات الخارجية لهذه الدول ، وتخدم هذه السياسات من خلال العمل الإعلامي بالسعي لنشر وعوامل مؤثرة ، وعادة ما تدعى هذه الإذاعات الموضوعية والدقة وعدم التحيز وعرض وجهات النظر الأخرى ولكن المتتبع لها يتبين أنها عادة ما تخدم موقفا معينا أو سياسة معينة ، وان كان الأسلوب المتبع يختلف من إذاعة إلى أخرى فالإذاعة البريطانية وصوت أمريكا مثلا يعملان على تقديم خدمات سريعة ، وقدر كبير من المعلومات والتحليلات والتفسيرات عما وراء هذه الأخبار بالإضافة إلى إتباع وسائل الإقناع والأخذ في الاعتبار مستقبل الرسالة الإعلامية والإيحاء بعرض وجهات النظر المختلفة .

وان كانت في أغلب الأحيان ترجح وجهة نظر على أخرى أو تعطي وجهة النظر التي تؤيدها مزيداً من التركيز والتفصيل بينما لا تعطي وجهة النظر الأخرى أي تركيز بحيث أن المستمع غي المتخصص في مثل هذه المسائل يتأثر بمواقف مثل هذه الإذاعات.

أما الإذاعة السوفيتية فأنها موجهه من مجتمع مغلق ذات نظام إعلامي خاص تحتكره الدولة وبالتالي فإن عرضها للأنباء والأخبار عادة ما لا تتوفر فيه السرعة في عرض الأخبار أو عرض وجهات النظر

المختلفة ولكنها عادة ما تصاغ في قوالب عقائدية ، بالإضافة إلى الرقابة التي تتحكم في إذاعة الأخبار من عدمها ولذلك فإن تأثيرها يكون كبيرا بالنسبة لذوي الميول الأيديولوجية الماركسية والمؤيدين بشدة للاتحاد السوفيتي أو غيره من الدول الشيوعية.

ونظراً لأهمية الإذاعات الدولية في الدعاية الدولية فسنورد هنا بعض التفاصيل عن بعض هذه الإذاعات هيئة الإذاعة البريطانية : The British Broadcasting Corporation سميت في البداية شركة الإذاعة البريطانية The British Broadcasting Company

ومنذ ١٩٢٦ تغير اسمها وأصبح هيئة الإذاعة البريطانية وافتتحت هيئة الإذاعة البريطانية عام ١٩٢٢ وقدمت خدمات إذاعية داخلية وفي عام ١٩٢٢ بدأت تذيع فيما وراء البحار ، وفي ١٩٢٦ بدأت خدماتها التليفزيونية ، وقد تم وقفها أثناء الحرب العالمية الثانية وأعيد افتتاحها عام ١٩٤٦.

وتعد الإذاعة البريطانية احتكارا منح بميثاق ملكي لهيئة الإذاعة البريطانية كمؤسسة عامة.

وتقول بعض المصادر أن عليها التزامات تجاه الحكومة البريطانية "ولكنها لا تخضع لتوجيه الحكومة " ويرأسها مجلس إدارة ، ويتم تعيينه من قبل المملكة عن طريق رئيس الوزراء ويقدر عدد الموظفين في القسم الخارجي بالإذاعة البريطانية بـ ٣٦٠٠ موظف.

ويقول كاتب بريطاني أن الخدمة الخارجية للإذاعة البريطانية تتميز بالدقة والموضوعية والمستوى العالمي من القابلية للتصديق ولكن العرض السابق يبين أن التطبيق جرى على عكس ذلك وان كانت هناك درجة عالية من الكفاءة الإعلامية ، الأمر الذي يجعل من خدمة سياسة معينة أو توخي وجهة نظر معينة مصاغة في شكل ملائم ، يصعب على بعض المستمعين معرفة أبعاده.

صوت أمريكا :

يتبع وكالة الاستعلامات الأمريكية وله جهاز مركزي لإنتاج الأخبار وتحليلها ، وهناك فروع للترجمة إلى اللغات الأجنبية وإنتاج برامج خاصة وإعداد برامج مسجلة توزع على المحطات الأجنبية

، وبه جهاز من الموظفين يقدر بـ ٢٢٠٠ موظف ، وأكثر من نصفهم يدخلون في عداد الموظفين الفنيين.

راديو أوربا الحرة وراديو الحرية :

وهما يتبعان وكالة الاستعلامات الأمريكية ، ويعمل راديو أوربا الحرة على بث برامج إلى دول أوربا الشرقية أما راديو الحرية فموجة إلى الاتحاد السوفيتي.

ويعمل في راديو أوربا حوالي ١٦٠٠ موظف منهم ٩٦٠ في المقر الرئيسي كي ميونخ ، ويذيع حوالي ٥٥٧ ساعة في الأسبوع باللغات المحلية إلى بولندا وتشيكوسلوفاكيا ورومانيا وبلغاريا والمجر.

أما راديو الحرية فميزانيته حوالي ١٤ مليون دولار ويعمل به ٨٥٠موظف ، بينهم ٢٥٠ سوفيتيا هاربا من النظام الشيوعي ، ويذيع ٢٤ ساعة يوميا بـ ١٩ لغة .

البرامج الموجهة في إذاعة القاهرة :

تبين تقارير الإذاعة المصرية أنها توجه برامج موجهة للأمريكتين وأوربا والشرق الأوسط وغرب أفريقيا وشرق ووسط وجنوب أفريقيا ، وجنوب آسيا ، وجنوب شرق آسيا.

كما أنها تقسم البرامج من حيث الموضوعات إلى برامج إعلامية ، وبرامج ترفيهية ، وبرامج ثقافية وبرامج تعليمية وبرامج دينية.

وتوجه هذه البرامج بالإنجليزية والفرنسية والأسبانية والبرتغالية والروسية والإيطالية والألمانية والإيرانية والتركية والبنغالية والهندية والأردية والعبرية والإندونيسية والملاوية بالإضافة إلى الهوسا والفولاني والصومالي والسواحيلي.

وهذه البرامج في حاجة إلى كوادر أكثر تأهيلا ، وإمكانيات أكبر وأجهزة إرسال أكثر قوة ، بالإضافة إلى مراعاة العلمية في التخطيط والتنفيذ والمتابعة والأخذ في الاعتبار مستقبل الرسالة الإعلامية . وتتبع فاعلية هذه البرامج أي أنها في حاجة إلى مراجعة شاملة.

وبعد هذا العرض العام ، نتناول بعض الحالات التي تفيد في فهم الإذاعات الدولية.

أولا : جدوى الإذاعات الدولية العربية :

يمكن القول أن الإذاعات الدولية العربية هي التي تتعدى الحدود الإقليمية للدولة الموجهة منها وتوجه لمستقبلين خارج الحدود الإقليمية.

وقد أجريت بعض الدراسات الغربية التي تناولت الإذاعات الدولية العربية . واستنتجت أن إذاعة صوت العرب الموجهة من القاهرة ، لعبت دورا أساسيا في إبراز أهمية الراديو بالنسبة للمواطن العربي . ولكن سورية كانت أول دولة عربية تتبنى قيام خدمة إذاعية خارجية ، ففي الخمسينات تميزت لإذاعات العربية داخل الدولة وخارجها .

وعمل السوريون على إضفاء الطابع الشعبي على الراديو من خلال المنوعات والموسيقى والأخبار وترتيل القرآن.. الخ مما أثر بدوره على المستمعين في العالم العربي.

وقد ذهب ونستون بردوت إلى أن صوت العرب كان منبرا للثورة وانه خلق رأيا عاما عربيا لم يوجد من قبل بين الجماهير العربية ، حيث لم تكن المسافة أو الأمية عائقا أمام الكلمة المسموعة لصوت العرب.

وحيث أن صوت العرب كان وسيلة من وسائل السياسة المصرية، فقد عكس هذه السياسة ولا سيما عندما اشتدت الخلافات بين مصر وغيرها من الدول العربية ، وبرز الصراع بين ما سمى بالنظم الثورية ، والنظم المحافظة ، وجاءت حرب اليمن ثم كانت هزيمة سنة ١٩٦٧ التي جعلت المواطن العربي يشك في مدى قابلية إذاعة صوت العرب للتصديق.

وذهب جوليان هال إلى انه في أكتوبر ١٩٧٣ استطاع صوت العرب أن يضع جانباً تجربة ١٩٦٧ إذ انه تجنب اللجوء إلى الأسلوب الهستيري وتميزت أساليبه بالنضوج.

وهناك راديو طرابلس الليبي ، والإذاعات الفلسطينية ، وصوت السعودية وراديو الرياض والإذاعات الموجهة من تونس ولبنان والعراق .

وتوجه الدول العربية عدة إذاعات للخارج باللغات الأجنبية ، وعلى سبيل المثال توجه مصر برامج موجهة للأمريكتين وأوربا والشرق الأوسط وغرب أفريقيا وشرقها ووسطها وجنوبها وجنوب آسيا ، وجنوب شرق آسيا، وتقسم هذه البرامج من حيث الموضوعات إلى

برامج إعلامية وبرامج ترفيهية وبرامج تعليمية وبرامج دينية ، وتوجه هذه البرامج باللغات الدولية والمحلية المختلفة.
وتوجه الجزائر إذاعة باللغة العربية يسمعها أساسا في الخارج المهاجرون الجزائريون في أوربا بالإضافة إلى الإذاعة الجزائرية الموجهة بالفرنسية.
وتوجه مصر وسورية والعراق والأردن ومنظمة التحرير الفلسطينية إذاعات باللغة العبرية ، وهي موجهة إلى الإسرائيليين.

خصائص مستقبلي الرسالة الإعلامية في إطار دولي :

أثبتت الدراسات التي أجريت حول المستمعين في بريطانيا وأمريكا الشمالية وأوربا بوجه عام أن الاستماع إلى الإذاعات الأجنبية عادة نادرة الوقوع، فهؤلاء البشر الذين يواجهون بالعديد من الصحف ومحطات الإذاعة والتليفزيون والمسرح والسينما وغير ذلك من وسائل التوزيع الجماعي في المجتمعات الصناعية ، لا يعطون اهتماما بمئات محطات الإذاعة الدولية التي يمكن التقاطها ، أي انه بوجه عام ليس لديهم تقاليد الاستماع أو الحافز المباشر لالتقاط البرامج الأجنبية.
وفي المجتمعات المغلقة مثل الدول الشيوعية ، وتوجد عادة الاستماع إلى الإذاعات الأجنبية ولاسيما الموجهة من المجتمعات المفتوحة، رغم التشويش الذي تمارسه الدول الشيوعية على الإذاعات الأجنبية الموجهة إليها.
وفي هذا الإطار يتعين على الإذاعات الدولية العربية الموجهة أن تعيد النظر في جدواها وفاعليتها على أسس واقعية ، ولاسيما الإذاعات الموجهة لأوربا الغربية والولايات المتحدة وكندا ، ويؤخذ في الاعتبار مدى قوة إرسال هذه الإذاعات ومدى صعوبة أو سهولة التقاطها في أوربا الغربية وأمريكا الشمالية ، ومدى ملائمة توقيت بثها مع المستمعين في الدول الموجهة إليها ، ومضمون البرامج وخصائصها وقابليتها للصديق .
ويؤخذ في الاعتبار أن هناك بدائل متعددة في وسائل ومدخلات الإعلام ، وتكون أكثر فاعلية من غيرها ، بالإضافة إلى عامل التكلفة الاقتصادية ، كل ذلك يقتضي من الدول العربية واتحاد إذاعات الدول العربية أن يتصدى لهذه القضية وان لا يتردد في وقف الإذاعات الموجهة

العديمة الجدوى نظراً لعدم وجود مستمعين لها ناهيك عن مشاكل البث والتوصيل والاستقبال والمضمون وخلافه.

الإذاعات المصرية الموجهة إلى أفريقيا :

ذكرت صحيفة الصنداي تايمز اللندية في أحد أعدادها الصادرة عام ١٩٦٥ أن راديو القاهرة يقوم بدور بارز في أفريقيا ... ويلاحظ أن الإذاعات الأخرى كإذاعة لندن وصوت أمريكا تتوجه أساسا إلى النخبة الأفريقية وتهمل الجماهير.

ويذهب بعض الدارسين الغربيين إلى أن راديو القاهرة قد كسب مستمعين من مختلف قطاعات السكان في أفريقيا .. وبناء على ذلك يمكن تقوية البرامج العربية الموجهة إلى أفريقيا من حيث المضمون وتقوية الإرسال ، وتوجيهه في الوقت المناسب ، والتأكد من سهولة الاستقبال للبث الإذاعي العربي على الأرض الأفريقية .

وحيث تتشابك المصالح العربية والأفريقية وتسمح خصائص المستقبل الإفريقي بالتمشي مع هذا النوع من الإعلام ، مما يقتضي التقوية المستمرة لدور الإذاعات العربية.

أن لدى كل إذاعة دولية أو من المفروض أن يكون لديها – تقديرا واقعيا بعدد المستمعين لها وعلى سبيل المثال تذهب كل من إذاعة لندن " البي بي سي " وصوت أمريكا إلى أن لديها مستمعين يتراوح عددهم بين ٥٠ ، ٦٠ مليونا وذلك على المستوى العالمي وبناء على ذلك هناك جدوى من هذه الإذاعات التي تعد أولا وأخيراً وسيلة من وسائل السياسيات الخارجية للدول ونشر ثقافتها وتحقيق التفاهم الدولي وفقا لمفاهيم هذه السياسة.

وعلى هذا الأساس يمكن تبرير توجيه إذاعات عربية إلى أفريقيا وجنوب شرق آسيا وأمريكا اللاتينية ، حيث يمكن الاستحواذ على مستمعين يبررون استمرارية مثل هذه الإذاعات بالإضافة إلى الخصائص المشتركة والمصالح المتبادلة من هذه الشعوب.

أما توجيه الإذاعات العربية إلى أوربا الغربية وأمريكا الشمالية فهو في حاجة إلى إعادة نظر من منطلق عدم وجود عدد ملائم من المستمعين في المقام الأول ، مما بين أهمية اهتمام الإذاعات العربية بدراسة مستميعها وخصائصهم على أسس واقعية ، وقيام الأجهزة

الإعلامية العربية بالاختبار بين الوسائل الإعلامية المختلفة ، ومراعاة الأكثر فاعلية من غيرها ، بالإضافة إلى عامل التكلفة الاقتصادية..

ثانياً : الإذاعات الدولية الموجهة للعالم العربي :

يعد العالم العربي من المناطق التي تركز عليها الإذاعات الدولية، نظرا لأهميته على المستوى الدولي ، بالإضافة إلى تصارع القوى عليه ، ونظرا لأن الإذاعات الدولية وسيلة من وسائل السياسات الخارجية للدول، فقد تأثرت هذه الإذاعات بالسياسات التي تخدمها بشكل أو بآخر ، رغم ادعاء بعضها أنها تسعى للموضوعية والعرض الدقيق للوقائع ، إلا أن تحليل مضمون ما تذيعه هذه الإذاعات يقول عكس ذلك غاية الأمر أن هذه الإذاعات اكتسبت خبرة طويلة في ممارساتها بالإضافة إلى إمكانياتها البشرية والمادية والتكنولوجية ، مما جعلها تنقل الخط الدعائي بشكل محكم ومغلف ، وكثيرا ما يجد أثره لدى المستقبلين ، على عكس الحال بالنسبة للاذاعات الموجهة أن وجدت – في عدد من الدول النامية – حيث تنقصها الخبرات والاطارات مما يقلل من أثرها لدى المستقبلين لها.

وهناك العديد من الإذاعات الدولية الموجهة للعالم العربي ، وسنركز هنا على أهم هذه الإذاعات وهي هيئة الإذاعة البريطانية ، وصوت أمريكا ، وإذاعة موسكو ، وإذاعة مونت كارلو ، وإذاعة إسرائيل الموجهة باللغة العربية.

هيئة الإذاعة البريطانية :

بدأت الإذاعة البريطانية في توجيه إذاعات باللغات الأجنبية عام ١٩٣٨ وذلك باللغات العربية والأسبانية والبرتغالية ثم الفرنسية والألمانية والإيطالية ، أي أن القسم العربي في هيئة الإذاعة البريطانية ، كان أول قسم ينشئ للغة غير الإنجليزية ، وأنشئ في أول الأمر لمواجهة الدعاية الإيطالية والألمانية الفعالة ، وكان ذلك قبل قيام الحرب العالمية الثانية وكان الهدف من هذه الخطة إيجاد رابطة بين بريطانيا الاستعمارية ومستعمراتها العربية.

ولازالت بريطانيا تهتم بالقسم العربي في الإذاعة البريطانية ، حتى الآن ولذلك فهو يحتل المرتبة الثانية من حيث الاهتمام بعد الخدمة الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية باللغة الإنجليزية.

ويقدر المستمعون لهذه الإذاعات بالملايين في العالم العربي ، ويزيد من أهميتها أن العرب يتمتعون بخصائص معينة منها عادة الاستماع للإذاعات الأجنبية وفي مقدمتها هيئة الإذاعة البريطانية ، ويساعد على ذلك خصائص وسائل الإعلام العربية ، وسعى المواطن العربي للحصول على أكثر من رأي وأكثر من موقف ، وقد لا يجد ذلك في وسائل الإعلام العربية بالإضافة إلى مضمون البرامج واعتمادها على خبرات عملية ذات مرات طويل ، كما أنها تضع الفرد العربي في قلب الأحداث من خلال الرسائل الحية التي تذيعها لمراسيلها من مختلف أنحاء العالم ، واستعانتها بالخبراء والمتخصصين في الشئون الدولية ، وإذاعتها لعديد من البرامج السياسية والترفيهية والثقافية والاجتماعية ، بل مراعاتها للدين الإسلامي وذلك بإذاعة بعض الآيات القرآنية ويلاحظ أنها تستعين بفريق من العرب الذين يتولون العمليات الإذاعية.

وقد كانت مغامرة السويس عام ١٩٥٦ مؤشرا للحكم على مدى موضوعية هذه الإذاعة من عدمه ، فقد أثبتت هذه الإذاعة أنها كانت ولازالت أداة من أدوات السياسة البريطانية ، وقدمت كل ما في وسعها للدفاع عن السياسة البريطانية في ذلك الوقت.

وبين وقت وآخر حملات ضد هذه الإذاعة في بعض الدول العربية بل وصل الأمر إلى حد الدعوة لمقاطعتها ، ومناشدة المذيعين العرب بالتخلي عن أعمالهم فيها ، كما أنها كثيرا ما تتعرض لأعمال التشويش ، نظراً لتشويشها للوقائع أو تغليب وجهة نظر على أخرى بشكل مموه.

ورغم وجود إذاعة صوت أمريكا باللغة العربية ، فإن المستمع العربي لازال يولي اهتماما أكبر بالإذاعة البريطانية باللغة العربية بحكم تعوده على ذلك ، بالإضافة إلى الدور التاريخي التقليدي لهذه الإذاعة في المنطقة حيث أنها أقدم من إذاعة صوت أمريكا الموجهة باللغة العربية.

وفي جزيرة ودس يوجد جزء من الأفراد الذين يعملون في إذاعة صوت أمريكا الموجهة للعالم العربي وتعد هذه الإذاعة من أكبر أجهزة الدعاية الأمريكية .

ويلاحظ أن تغطية هذه الإذاعة للأنباء العالمية ، بالإضافة إلى التعليقات والتحليلات تعكس السياسية الأمريكية أكثر وضوحا من التزام هيئة الإذاعة البريطانية بالسياسية البريطانية ، ويؤخذ في الاعتبار الدور الدولي للولايات المتحدة كأكبر قوة في العالم.

وتتبع إذاعة صوت أمريكا هيئة الاستعلامات الأمريكية ، والأخيرة بدورها على علاقة وثيقة بالمخابرات الأمريكية.

و يذيع صوت أمريكا ٤٩ ساعة أسبوعيا باللغة العربية ، بينما يلاحظ أن الاتحاد السوفيتي هو الهدف الأول لهذه الإذاعة إذ توجه إليه برامج لمدة ١٦٨ ساعة اسبوعيا وهذا يشمل البرامج الموجهة لدول البلطيق وجمهوريات جورجيا واكروانيا وازبكستان وارمينيا بلغاتها المحلية ويلي ذلك اللغة الصينية حيث يذاع بها لمدة ٧٠ ساعة أسبوعيا ثم اللغة الفيتنامية لمدة ٥٦ ساعة أسبوعيا ، أما الإذاعة الموجهة بالأسبانية فتذيع لمدة ٤٩ ساعة أسبوعيا أي مثل اللغة العربية أما دول أوربا الشرقية باستثناء الاتحاد السوفيتي فتوجه إليها إذاعات لمدة ٨٧ ساعة و ٣٠ دقيقة أسبوعيا.

ويلاحظ أن اكبر بث إذاعي من صوت أمريكا الموجه إلى كل أجزاء العالم تقريبا يتم باللغة الإنجليزية ويبلغ ٢٢٢ ساعة أسبوعيا ، ويسمع جزء منه في الاتحاد السوفيتي وأوربا الشرقية.

وتبين الأرقام تركيز صوت أمريكا على دول الكتلة الشيوعية ، ويلي ذلك الإذاعات الموجهة بالعربية والأسبانية ، عكس هيئة الإذاعة البريطانية حيث أن الإذاعة العربية تحتل المرتبة الأولى بين الإذاعات الدولية بعد الخدمة الدولية باللغة الإنجليزية ، ويرجع ذلك بطبيعة الحال إلى الدور العالمي للولايات المتحدة كقوة كبرى ، وتصارعها مع الاتحاد السوفيتي .

ويقول / سيريان فاليمارسكو نائب مدير إذاعة صوت أمريكا ردا على سؤال خاص بمدى تأثير الوفاق على سياسة صوت أمريكا فقال

بينمـا لا يوجـد تغيير فـي سياسـة صـوت أمريكـا ، فقـد طـرأت بعـض التغيرات في تكنيكات الإذاعة.

وقد جاء في تقرير اللجنة الرئاسية الخاصة بالإذاعات الدولية الذي نشر عام ١٩٧٣.

أن وظيفة صوت أمريكا تختلف عن راديو أوربا الحرة – الموجه لـدول أوربـا الشـرقية – وراديـو الحريـة – الموجـه للاتحـاد السـوفيتي – فصوت أمريكا يعد الصوت أمريكا على التطورات الأمريكية ، وتحتوي برامجـه علـى قليـل مـن المعلومـات عـن التطـورات الداخليـة فـي الـدول الموجه إليها ، أما راديو أوربا الحرة وراديو الحرية فيقدم كل منهما للمستمعين في هذه الدول المعلومات والاتجاهات والمواقف داخل بلادهم، والتطورات الدولية التي تهم هؤلاء المستمعين .

ويعد هذا سببا يفسر إقبال المستمعين في الدول العربية بشكل اكبر علـى هيئـة الإذاعـة البريطانيـة ، حيـث أن حـدة الموقـف الرسـمي غيـر واضحة في هيئة الإذاعة البريطانية إذا قورنت بإذاعة صوت أمريكا.

إذاعة موسكو :

تعد الرسائل الإعلامية الثورية السوفيتية أول رسائل من نوعها يـتم تسـجيلها فـي تـاريخ الدعايـة اللاسـلكية ، وبـذلك بـدأ راديـو مجلـس قوميسـاري الشـعب عهـدا جديـدا فـي ٣٠ أكتـوبر ، ١٢ نـوفمبر بـالتقويم الجديد ١٩١٧، واتخذ ذلك أيضا طابعا دوليا فقد عمل على أن يصل إلى الثـوريين فـي أوربـا ولاسـيما العمـال وفـي مناسـبات نـادرة كانـت هـذه الرسائل الدعائية توضع باللغات الأجنبية .

ومنـذ ١٩٢٩ كـان يـذاع بانتظـام مـن إذاعـة موسـكو بالألمانيـة والفرنسية ، ومنذ ١٩٣٠ بالإنجليزية والبولندية وكان ذلك يسير في إطار السيطرة الصارمة للجنة المركزية الحزب الشيوعي على إعلام إذ اعتبر لينين أن الراديو صحيفة بلا ورق وبلا حدود ولذلك كان الاهتمام بدور الراديو في النظم الشيوعية.

وقد تطور حجم الإذاعات الدولية في الاتحاد السوفيتي ، ففي عام ١٩٤٨ أذاع الاتحـاد السـوفيتي للخـارج حـوالي ١٩٥٠ سـاعة أسـبوعيا، وفي عام ١٩٧٣ اذاع للخارج حوالي ١٩٥٠ ساعة أسبوعيا ، وتوجد في الوقت الحالي برامج موجهه به ٨٤ لغة .

وفي عام ١٩٧٠ قدرت موزانة الإذاعات الدولية السوفيتية بـ ٦٣ مليون روبيل ، مما يوضح ضخامة الاتفاق الموجه للدعاية الدولية .

وتعد إذاعة موسكو الموجهة باللغة العربية من الإذاعات الهامة التي تركز عليها الدعاية السوفيتية . وقد اهتم السوفيت بدور الإذاعة باللغة العربية ولا سيما عندما زادت أهمية العالم العربي في السياسة السوفيتية وقد جاء ذلك في أعقاب استقلال الدول العربية وتطور هذا الاهتمام مع تطور العلاقات السوفيتية العربية.

وتعاني إذاعة موسكو الناطقة بالعربية – كغيرها من الإذاعات الدولية السوفيتية – من نقص في عدد مستقبلها باستثناء الشيوعيين في العالم العربي ، وهم يشكلون ضئيلة .

وتتميز الإذاعات الدولية السوفيتية كغيرها من الإذاعات الشيوعية بأنها تكاد تكون ترجمة بشكل أو بآخر للاذاعات الداخلية ، أي الموجهة داخل هذه الدول ، فتذيع البيانات والقرارات والتعليقات الطويلة والمميزة بالالفاظ والمفاهيم الأيديولوجية والشعارات الشيوعية ، دون الاخذ في الاعتبار خصائص مستقبليها ، وكيف انهم يختلفون عن المستقبل الشيوعي داخل النظم الشيوعية ، ومن هنا كانت مشكلة هذه الإذاعات أنها تعاني من نقص في التصديق.

كما أن إذاعة موسكو الناطقة بالعربية – كغيرها من الإذاعات الدولية الشيوعية يغلب فيها التعليق على الخبر ، كما أن أخبارها لا تتسم بالسبق مثل الإذاعات الغربية ولا تتسم بالتنوع وإعطاء أبعاد تعميقيه للموضوعات التي تعالجها ، بالإضافة إلى أن التزامها الأيديولوجي والسيطرة الشديدة عليها يجعلها لا تراعي تكنيات الدعاية الدولية كل هذا قلل من فاعليتها.

وحيث أنها موجهة من مجتمع مغلق ، عكس الإذاعات الغربية الموجهة من مجتمع مفتوح ، مما يجعل من السهل الحكم على إذاعة موسكو العربية بالضعف لاسيما أنها تتنافس مع إذاعات دولية مثل الإذاعة البريطانية الناطقة بالعربية وصوت أمريكا الموجه بالعربية ، وصوت أمريكا الموجه بالعربية ، وصوت العرب الموجه من القاهرة ... الخ.

وتزداد أهمية الإذاعات الدولية السوفيتية في أوقات الأزمات ، وعلى سبيل المثال زاد إقبال العرب على إذاعة موسكو العربية أبان العدوان الثلاثي البريطاني الفرنسي الإسرائيلي على مصر عام ١٩٥٦ وحرب ١٩٦٧ ، وحرب رمضان نظراً للدور الدولي للاتحاد السوفيتي كقوة كبرى ، وبالتالي يقبل العرب على إذاعة موسكو العربية للتعرف على موقف الاتحاد السوفيتي عندما تظهر أهمية هذا الموقف.

إذاعة مونت كارلو :

أنشئ هذا الراديو عام ١٩٤٢ من اجل الدعاية النازية ، وتطور وضعه مع تطور الوضع في فرنسا.

وقد بين قياس للرأي العام أجرى في فرنسا في سبتمبر ١٩٧٥ أن راديو مونت كارلو يصل إلى ٧.١٠ % من المستمعين الفرنسيين .

وقد ذهب بعض الكتاب إلى أن راديو مونت كارلو يعطي صورة فرنسا الأخرى ، فهي ليست صورة باريس ، ولكن صورة المحافظات الجنوبية أي الأقاليم.

وتوجه إذاعة مونت كارلو إلى العالم العربي باللغة العربية ، ويساعدها على ذلك جهاز للإرسال في جزيرة قبرص.

وعلى كل حال فإن إذاعة مونت كارلو تعد قليلة الأثر إذا قورنت بهيئة الإذاعة البريطانية.

وبدأت هذه الإذاعة الموجهة بالعربية ببث موسيقي عام ١٩٧١ وبدأت البرامج والأخبار في مايو ١٩٧٢.

وبدأت هذه الإذاعة في شكل شركة مشتركة بين الإذاعة الفرنسية وإذاعة مونت كارلو ، وبهذا الشكل كانت البرامج تبث من مونت كارلو وكانت الأخبار تذاع من الإذاعة الفرنسية في باريس.

وفي عام ١٩٧٥ أصبحت إذاعة مونت كارلو العربية شركة مستقلة من الناحية القانونية وتساهم فيها عدة مؤسسات إذاعية .

وفي إطار الإذاعات الدولية الموجهة للعالم العربي ، يمكن القول أن هذه الإذاعة لا زالت غي مرحلة البداية .

إذاعة إسرائيل الموجهة باللغة العربية :

تعد إذاعة إسرائيل العربية ، هامة للغاية في إطار السياسة الإسرائيلية وتعمل هذه الإذاعة على ترويج المنطق الدعائي الإسرائيلي تجاه العرب في الأراضي المحتلة . بالإضافة إلى مخاطبة المستقبل العربي لاسيما في الدول العربية المواجهة لإسرائيل.

وتعول إذاعة إسرائيل العربية من قبل وزارة الخارجية الإسرائيلية بالتعاون مع المخابرات العسكرية ، وصوت صهيون الموجه "ليهود الشتات"

وقد زاد دور هذه الإذاعة بعد هزيمة ١٩٩٦٧ ، والاحتلال الإسرائيلي لمزيد من الأراضي العربية ، وهكذا كان هذا الوضع ، وما ترتب عليه مثار اهتمام الدعاية الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية.

وقد طورت هذه الإذاعة من تكنيكاتها المبنية على الكذب المغلف والمبالغة والغمز في إطار تقديم البرامج المتنوعة والتي تخدم بشكل أو بآخر السياسة الإسرائيلية .

ونلاحظ أن هذه الإذاعة تسعى الأغاني المتنوعة من قديمة وجديدة ، والبرامج المختلفة ، وفي هذا الإطار تدس البرامج السياسية المباشرة وغير المباشرة التي تخدم السياسة الإسرائيلية .

وقد عملت إسرائيل على تقوية محطات إرسالها ، مما زاد من دور هذه الإذاعة ورغم التشويش الذي يوجه إلى هذه الإذاعة ، فإنها تسمع بشكل أو بأخر في بعض المناطق العربية.

وعلى كل حال فإن المستمع العربي – كما ذهب إلى ذلك جوليان هال – يستمع إلى هذه الإذاعة بصفتها إذاعة للعدو ، وبالتالي لا يصدقها ولكن يرغب في معرفة منطق العدو وأساليبه .

وهناك التليفزيون الإسرائيلي الذي يوجه ، خدمة باللغة العربية وتلتقط في الأراضي المحتلة ، وبعض المناطق العربية المواجهة لإسرائيل وما يسري على الإذاعة الإسرائيلي يسري على التليفزيون الإسرائيلي .

دوافع الاستماع للإذاعات الدولية :

عادة ما يلجأ المستمع إلى الإذاعات الدولية الأجنبية للحصول على شيء لا يتم الحصول عليه من الإذاعات الداخلية ،ة أو الحصول على وجهات نظر أخرى ، أو إذا كانت أجهزة الإعلام في دولة المستمع

لا تسمح إمكانياتها بتقديم إعلام يتمشى مع المستويات العالمية وذلك باللغة العربية.
ويمكن القول أن الإذاعات الدولية تعمل بوجه عام على نشر وتبرير مواقف السياسات الخارجية للدول التي تنتمي إليها ، والدول الأخرى المرتبطة بها وعادة ما تلجأ بعض هذه الإذاعات إلى ادعاء الموضوعية والدقة وعدم التحيز و عرض وجهات النظر الأخرى . ولكن المتتبع لها يرى أنها عادة تخدم موقفا معينا أو سياسة معينة فالإذاعة البريطانية وان كان الخط الرسمي أقل وضوحا فيها إذا قورنت بصوت أمريكا ، إلا أنهما يعملان على تقديم خدمات إخبارية سريعة ، وتقديم قدر كبير من المعلومات والتحليلات والتفسيرات وإتباع وسائل الإقناع والأخذ في الاعتبار مستقبل الرسالة الإعلامية والإيحاء بعرض وجهات النظر المختلفة ، وان كانت بشكل أو بآخر ترجح وجهة نظر على أخرى ، أو تعطي وجهة النظر التي تؤيدها بعضا من التركيز والتفصيل بينما لا تعطي وجهة النظر الأخرى أي تركيز أو قليلا من التركيز.
أما إذاعة موسكو فإنها موجهة من مجتمع مغلق ذات نظام إعلامي خاص تحتكره الدولة ، وبالتالي فان تغطيتها الإعلامية لا تتوافر فيها السرعة بالإضافة إلى التركيز على الخط السياسي السوفيتي ولكنها عادة ما تصاغ في قوالب عقائدية ، ولذلك فإن تأثيرها يكون كبيرا بالنسبة لذوي الميول الأيديولوجية الماركسية والمؤيدة بشدة للاتحاد السوفيتي.
يبين العرض السابق أن الإذاعات الدولية الموجهة للعالم العربي تخدم بشكل أو بآخر سياسات معينة ، وان اختلفت في طرق تحقيق هذه السياسات .
ونرجو أن نكون بهذا العرض قدمنا للقارئ العربي الإطار العام للإذاعات الدولية للعالم العربي ، حتى يكون على بيئة عند الاستماع لهذه الإذاعات ، فيفضل قدر استطاعته بين الخبر والتعليق ، وإذا قدمت تحليلا أو تعليقا في عمل على معرفة ما وراءها وان لا يخدع بما يقال أن هذه الإذاعة أو تلك تسعى نحو عرض وجهات النظر المختلفة بشكل متوازن ، وان يحكم عقله في المقام الأول حتى لا يكون مجرد مستقبل لهذه الإذاعات لا رأي له فيها اعتمادا على "ثقته" فيها.

وفـي النهايـة يمكـن القـول أن الإذاعـات الدوليـة الموجهـة للعـالم العربي على صورة من صور الحرب الإذاعية ، وأنه يتعين بحثها من قبل الدول العربية ، وذلك بتطوير إذاعتها لتتمشى مع المستويات الدولية، و في هذه الحالة يقل الاستماع بالتدريج إلى الإذاعات الدولية الموجهة للعالم العربـي ، إلا أن المعطيـات القائمة تبـين أن هـذا الهدف لـيس مـن السهل تحقيقه.

الفصل الخامس

الإعلام الفضائي

مقدمة .

الإنسان كائن اتصالي ولا تقوم للمجتمع الإنساني قائمة دون نظام للاتصال ، الذي اعتبره البعض شرطاً من شروط بقاء الكائن البشري وتاريخ البشرية من عصور نقوش الأحجار إلى بث الأقمار ، يمكن رصده متوازيا مع تطور وسائل الاتصال التي تربط بين الأفراد والجماعات ، ويشهد هذا التاريخ أن الاتصال كان دوما وراء كل وفاق وصراع ، فكلاهما – كما ورد في ميثاق اليونسكو– ينشأ ابتداء في عقول البشر .

حيث يعتمد المجتمع المنظم على الاتصال من كل الأنواع ومع تطور الوسائل الإلكترونية في المجتمعات الحديثة واستخدامها في المعالجة الرقمية للبيانات ، أصبحت ظاهرة الاتصال عن بعد شديدة الأهمية .

ويمكن تمييز تطور الاتصال من خلال خمس ثورات أساسية ، تتمثل الثورة الأولى في تطور اللغة ، والثورة الثانية في تدوين اللغة ، واقترنت الثورة الثالثة باختراع الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر، وبدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة في القرن التاسع عشر من خلال اكتشاف الكهرباء والموجات الكهرومغناطيسية ، والتلغراف ، والتليفون ، والتصوير الضوئي ، والفونوغراف، والسينما، ثم ظهور الراديو والتليفزيون في النصف الأول من القرن العشرين.

أما ثورة الاتصال الخامسة فقد اتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال اندماج ظاهرة تفجر المعلومات وتطور وسائل الاتصال وتعدد أساليبه ، واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري ، في حيز صغير للغاية ، وبسرعة فائقة ، كما تمثلت ثورة الاتصال الخامسة في استخدام الأقمار الصناعية لنقل البيانات والصور والرسوم والصوت عبر الدول والقارات بطريقة فورية .

ومع ظهور كل تكنولوجيا جديدة ، تتكرر الوعود المسرفة ذاتها في التفاؤل ، تغازل أحلام الضعفاء والفقراء ، وفي مجال الإعلام والاتصال ، كان لاستعارة "القرية الكونية" التي ابتدعها مارشال ماكلوهان، مفعول السحر ، لقد شاع تداولها حتى بدأت هذه "المدينة الفاضلة الإلكترونية " وكأنها أمر واقع حل بنا بالفعل ، أو في طريقة إلى ذلك ، وهل هناك ما هو أروع من هذا المشهد الإعلامي الرومانتيكي لعالمنا وقد توثقت عراه في هيئة قرية صغيرة يسودها الوئام ، تجمع بين أهلها ألفة الأسرة الواحدة وعلاقاتها الحميمة .

ولسنا في حاجة إلى أن نطيل القول عن مدى سذاجة هذا التصور والذي اعتبره البعض وهما أخر من صنع ألعاب اللغة بهدف خدمة عولمة الإعلام والاقتصاد ، ولنسمع ما يقوله عنها صاحب هذه الاستعارة الشهيرة نفسه ، يقول مارشال ماكلوهان عن قريته الكونية : أنها لن تكون مثالاً للوفاق والمساواة بل على العكس فإن إسقاط حاجزي المكان والزمان سيزيد من التنوع ومظاهر الانقسام.

المعالم الأساسية لتكنولوجيا أقمار الاتصالات [SATELLITES] .

<u>أصل الفكرة في بدايتها:</u>

ظل حلم اكتشاف الفضاء يراود الإنسان منذ أن أنهى تأمين احتياجاته الضرورية في الاتصال باللغة والتعرف بالكتابة وابتكار الطباعة والتراسل بالتليفون وغيرها...حتى بدأ يتأمل الكون من حوله ويبدو أن العالم الرياضي الإنكليزي (إسحاق نيوتن) صاحب نظرية الجاذبية ، حاول عرض فكرة غزو الكون ورؤية سطح الكرة الأرضية فقد أشار في كتابه المعروف(الفلسفة الطبيعية لمبادئ الرياضيات)عام ١٦٨٧م ، أنه يمكن نظرياً إرسال قمر صناعي ليدور حول العالم في مدار معين .

والحديث عن الأقمار الصناعية وخاصة الجانب التاريخي منها – وهو في رأيي ضروري لطلاب العلم والمعرفة والباحثين– يبدأ بما حدث بعد الحرب العالمية الأولى.... وليس عندما أطلق السوفييت التابع الفضائي الذي صعد إلى الفضاء الخارجي عام ١٩٥٧..ذلك أن الجهود العلمية تبدأ دائماً متواضعة وبمرور الزمن تتطور ويسهم فيها من يأتي بعد مكتشف النظرية أو أصحاب التجربة الأولى إلى أن تكتمل في النهاية ..فهي سلسلة من الجهود المتواصلة التي تنتهي في آخر الأمر إلى شئ يحدث تحولاً كبيراً في مسار العلم والتكنولوجيا في العالم.

وقد اعتمدت الأقمار الصناعية في تطورها على أكثر من عامل وأكثر من جهد..فوجودها في الفضاء الخارجي اعتمد على تكنولوجيا الصواريخ ، وجهاز الإرسال والاستقبال فيها اعتمد على تقانة الراديو

وتردداته ..وكذلك الهوائيات ..واعتمدت في الطاقة على الشمس وعلى الوقود ..بالإضافة إلى مكوناتها ليسجل ويعترف للأوائل بجهودهم وإسهاماتهم العلمية والتكنولوجية في تطور هذا التابع الفضائي العظيم.

وكلما تطورت البشرية ، وتعقدت أساليب الحياة تراكمت المعلومات، واتسع استخدامها وبالتالي تزداد حاجتنا إلى المزيد من المعلومات التي تساعدنا في اتخاذ القرارات السليمة ، فالمعلومات مورد لا ينضب وعنصر لا غنى عنه لأي مجتمع ولأي فرد.

وقد شهدت السنوات الماضية تفجراً هائلاً في حجم المعومات المتدفقة من مصادر عديدة ، وصاحب ذلك حاجة متزايدة إلى تنظيم هذه المعلومات ، وتخزينها بأساليب تتيح استرجاعها بأقصى سرعة ، وفي أي مكان.

كلارك والشرارة الأولى للأقمار الصناعية .

يعتبر الكاتب العالمي(آرثر. كلارك) أول من كتب عن فكرة استخدام الأقمار الصناعية في الاتصالات الهاتفية وذلك في مجلة اللاسلكي عام (١٩٤٥) ولخص فكرته بأنه يمكن تغطية الأرض بالاتصالات اللاسلكية بإطلاق ثلاث أو أربع أقمار صناعية تحوم حول الأرض بمدار محاذ لمستوى خط الاستواء وبسرعة مساوية لسرعة الأرض ، وبواسطة المحطات الموجودة في مواقع مختلفة بالكرة الأرضية يمكن منها إرسال واستقبال المعلومات بمختلف أشكالها.

كما دعا فيها إلى استخدام الصواريخ الألمانية في المجال السلمي وذلك بإطلاق أقمار اصطناعية في مدار حول الأرض على ارتفاع حوالي ستة وثلاثين ألف كيلومتر، لإقامة نظم للاتصالات الدولية.

وكانت الفكرة وقتذاك [عام ١٩٤٥] من ضروب الخيال العلمي وقد ظلت كذلك حتى زادت كمية الاتصالات بين القارات وعبر المحيطات ، وأصبح هناك شبه استحالة في استخدام نظم الاتصالات التقليدية ، والتي تعتمد على الموجات عالية التردد **(HF)** ، عبر طبقات الجو المؤينة وذلك نظراً للاختناق الشديد في النطاق الترددي هذا.

واتجهت أنظار العلماء إلى فكرة كلارك ، واقتضت محاولة تنفيذها مشاركة عدة دول وتوحيد جهودها ، وقد أثمر ذلك عن إنشاء المنظمة الدولية لأقمار الاتصالات إنتلساتINTELSAT وعهد بإداراتها إلى هيئة كومسات **COMSAT** .

وكان "آرثر كلارك" يعمل وقتذاك أميناً للجمعية الفلكية البريطانية وفيما بعد مؤلف قصص خيال علمي ، قد تنبأ بسلسلة من ثلاثة أقمار إرسال واستقبال أرضية ، وفي العام ١٩٦١، وقبل سبعة أعوام من تحويل رواية كلارك " التجوال في الفضاء ، ٢٠٠١ " وهي رواية خيال علمي كما يتضح من اسمها ، إلى فيلم من إخراج "ستانلي كوبريك" وافقت الوكالة القومية للملاحة الجوية والفضاء NASA الجديدة على إطلاق القمر الصناعي Telestar الذي كان باستطاعته الدوران حول الأرض في أقل من ٢.٧٥ساعة ، وكان يحتوي على ٢٥٠٠ ترانزستور ، من دون أن يحتوي على أي دوائر متكاملة.وقد وافقت هيئتا البريد

البريطانية والفرنسية على إنشاء محطات أرضية مرتبطة، إحداهما لا تبعد كثيرا عن المكان الذي أرسل منه "ماركوني" رسائله العابرة للأطلنطي منذ عقود .

وليس من الإنصاف الحديث عن غزو الفضاء دونت التعرض للجهود الألمانية في صناعة الصواريخ قبيل وخلال الحرب العالمية الثانية حين كانت تلك الجهود المكثفة أساساً للمحاولات الأولى في الفضاء على كلا الجانبين"أي الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفيتي"سابقاً".

لقد خرجت ألمانيا مهزومة من الحرب العالمية الأولى وأرد الحلفاء أن يضعوا عليها قيوداً صارمة تمنعها من تطوير أسلحتها حتى لا تعاود الكرة مرة أخرى وقد أدى هذا الاتجاه إلى توقيع اتفاقية في فرساي تضمنت بنودا صارمة فرضت على ألمانيا ألا تقوم بأية محاولة للتسليح أو تطوير أسلحة هجومية تمكنها من استئناف الحرب...وكانت نصوص الاتفاقية تتضمن حظراً على تطوير الأسلحة التقليدية المعروفة ..ولم يجل بخاطر من وضعوا مسودة الاتفاقية أن هناك سلاحاً فتاكا يمكن لألمانيا أن تطوره وتتفوق به على أعدائها ..ذلكم هو سلاح الصواريخ التي تستطيع حمل رؤوس حربية إلى مسافات بعيدة وتصيب أهدافها بدقة متناهية .

ولكن بعض الناس أمثال "James Wood" لا يقيمون وزناً للنظريات وإنما يهمهم الجانب التطبيقي والعملي إذ يقول "نظريا كل شئ ممكن ولكن الصعوبات تظهر بوضوح عندما يحاول العلماء والمهندسون

وضع الأفكار النظرية موضع التنفيذ " ..هذه حقيقة من حقائق الحياة وليس مقصودا بها التقليل من خيال وتصور "آرثر كلارك" .. ويستطرد وود قائلاً "عندما تريد إطلاق قمر إلى الفضاء فإنك تحتاج إلى آلة صاروخ أو مركبة لإطلاق القمر...وإلى القدرة الدقيقة على الملاحة بالإضافة إلى المشاكل الأخرى مثل وقود الصواريخ والطاقة الكهربائية اللازمة لأجهزة الاتصال داخل القمر.وفي عام ١٩٤٥ لم تعالج الأبحاث أيا من هذه المشاكل لأنها لم تكن معروفة أصلاً كما أنه لم تنشأ إدارة للطيران والفضاء بعد .

وتبقى الحقيقة..وهي أن "فون براون" في الثلاثينيات وجهوده العلمية والتطبيقية في مجال الصواريخ التي استطاعت أن تطوي المسافات البعيدة وتسير بدقة متناهية نحو أهدافها وتصيبها بدرجة عالية من الدقة..وما قاله كلارك بعد نهاية الحرب العالمية الثانية بسبعة اشهر قد حددا مسارا جديدا للتفكير في تطوير الوسائل التي يمكن أن تسهم في الربط والاتصال بين الشعوب وتحقق التفاهم بينها وتنشر مبادئ السلام وتؤسس لقيام المجتمع الجديد مجتمع ما بعد الحرب .

الدور الأمريكي والسوفيتي الرائد في مجال البث عبر الأقمار .

ظل ارتياد الفضاء حلماً يراود الإنسان ، وفي يوم ٤ أكتوبر سنة ١٩٥٧ تحول هذا الحلم إلى حقيقة ، حين فاجأ الاتحاد السوفيتي العالم بإطلاق أول قمر صناعي باسم سبوتنيك Sputnik، وكان ذلك إيذاناً ببدء ثورة الاتصال الخامسة ، وأصبح الاتصال عن طريق الأقمار

الصناعية وتطورات الحاسبات الإلكترونية من أبرز سمات عصر المعلومات .

وقد قام الاتحاد السوفيتي بمبادرته التي تمثلت في إطلاق كرة صغيرة من الألمنيوم قطرها أكبر من نصف متر وتزن (٨٤) كيلوجرام كان "سبوتينيك" أول تابع فضائي لكوكب الأرض صنعه الإنسان (قمر صناعي) وكان الهدف من رحلة (القمر السوفيتي) معرفة مدى إمكانية صعود الإنسان للفضاء ، واثبات تفوق الاتحاد السوفيتي آنذاك ، واستمرت الرحلة ثلاثة أسابيع دار فيها القمر سبوتينيك حول الأرض مرة كل ٩٦ ثانية مطلقا إشارته بالإعلان عن بدأ عصر الفضاء أو "غزو الفضاء" إن صح التعبير.

وقبل أن يفيق الأمريكيون من صدمة التفوق التكنولوجي الكبير للإتحاد السوفيتي السابق كانت هناك مفاجأة أخرى حيث أطلق سبوتينيك حاملاً أول رائد حي من كوكب الأرض إلى الفضاء الخارجي ..وكان هذا الزائر هو الكلب لايكا.

بعد أن أطلق الاتحاد السوفيتي قمرهٍ Sputnik في أكتوبر عام ١٩٥٧ ،وهو "الحدث" المذهل الذي أدى بالحكومة الأمريكية إلى السعي على الرد بأقصى سرعة ممكنة ، كما أدى أيضا إلى إثارة اهتمام الشعب الأمريكي الذي اعتمد علي التليفزيون ومجده في الوقت ذاته .

ففي ٧ نوفمبر سنة ١٩٥٧، أصدر الرئيس ايزنهاور قرار بإنشاء اللجنة العلمية التابعة للرئيس لوضع استراتيجية الولايات المتحدة في

الفضـاء ، وتحركـت الولايـات المتحـدة محاولـة لتقليـل أهميـة تـأثير غـزو سبوتينيك أولا وتأثير هذا الحدث في هيبة أمريكا ثانيا .

وباءت المحاولات الأولى بالفشل حتى تمكن فريق فون براون في ٣١ ينـاير ١٩٥٨ مـن إطـلاق أول قمـر صـناعي أمريكـي علـى مـتن صـاروخ مـن طـراز جـوبيتر وسـمي اكسـبلورر-١ (المستكشـف) كـان المستكشف قمرا صغيرا ذا شكل مخروطي ويزن ١٤ كجم إلا أن الإنجاز العلمي الذي فاز بـه كـان يفوق حجمه إذ تمكن من خلال قياساته من إثبـات وجود حزامين مغناطيسيين سمي حزامـي فـان آلـن ، وهمـا نطـاق متـأين من الغلاف الجوي يمتد من ٢١٠٠كم حتى ١٩٥٠٠كم ، وكان معروفاً تأثيراهما على الاتصالات اللاسلكية من قبل ، ولكن لم يتم التأكد من وجودها تجريبيا إلا عند إطلاق القمر الأمريكي .

وفـي ١٦ مـارس ١٩٥٨ تمكنـت الولايـات المتحدة الأمريكيـة أخيرا مـن إطـلاق قمرهـا الصـناعي فانجـارد-١ ، وكـان هـذا القمـر صـغيرا فـي الحجم بقطـر ١٦سنتيمتر ويـزن ١.٥كيلـوجرام . حمـل فانجـارد حساسـات حرارية وجهازين للإرسال ليمكن القاعدة الأرضية من متابعة مساره ، ولـم يتمكن هذا القمر بقياس شيئاً كبيراً ، ولكنـه كان ضروريا ليعطـي الولايات المتحدة استعادة هيبتها وفرصة للظهور وتحديد استراتيجيتها مستقبلا وفـي العام نفسه أطلق الاتحاد السوفيتي القمر الثالث في ١٥مايو ١٩٥٨ من سلسلة سبوتينيك والذي ظل في مراده قرابـة العامين وكـان يزن مائـة مرة قدر القمر الأمريكي فانجارد .

وفـــي العـــام ذاتـــه ١٩٥٨، أنشـــأت الهيئـــة القوميـــة للطيـــران والفضاء"ناسا" والتابعة للرئيس الأمريكي الذى اسند إلى الهيئة الجديدة التنسيق والإشراف على جميع أنشطة الفضاء وبدأت "ناسا" برنامجا جديدا أطلق عليه(ميركوري) كان الغرض منه إطلاق كبسولة فضاء مأهولة.

وفي العقد الذي تلا سبوتينيك(١٩٥٧ – ١٩٦٦) بلغ مجموع ما أطلقه الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة فيما بينهما حوالي خمسين مسيرات للفضاء وهي كبسولات تمر مرة واحدة بالقرب من جسم سماوي بغرض سبر أغوار الفضاء والحصول على المعلومات واكتشاف القمر.

وقد شهد عام (١٩٦١) أول رحلة لسفينة الفضاء(فوستوك الشرق) السوفيتية وظهر للوجود نوع جديد من الإبطال هم (رواد الفضاء) واعتبر هذا التاريخ ١٢ابريل سنة ١٩٦١ عصر ارتياد الفضاء بواسطة الإنسان ، ويعتبر يوري جاجارين أول رمز طيار لعصر الفضاء وحقق في رحلته المكوكية هذه عدة أهداف علمية يمكن ذكر بعض منها:

١- تطوير قاذفات عملاقة تسمح بحمل كبسولة فضاء إلى مدار حول الأرض .

٢- إمكان وضع كبسولة في مدار حول الأرض والتحكم في هذا المدار من الأرض .

٣- الاتصال بالإنسان في الفضاء وتلقي معلومات منه.

٤- التأكد من ملاءمة جو الفضاء للإنسان وتبديد أي مخاوف من المخاطر غير المتوقعة قد تفوق وجود الإنسان في الفضاء.

٥- اختبار إمكانية إعادة الإنسان والمركبة سالمين من المدار.

وفـي تمـوز ١٩٦٩ ولأول مـرة شـاهد العـالم أجمـع مباشـرة علـى شاشة التليفزيون وفي دهشة الرائدين الأمريكيين "انيل ارمسترنغ" و"أيدوين الدرين" وهما ينزلان على سطح القمر.

وظلت سباقات اختراق الفضـاء متواصـلة بين الأمريكيين والروس حتـى أمكـن لبلـدان أخـرى الانضـمام إلـى "نـادي الفضـاء" فرنسـا عـام ١٩٦٥، اليابـان عـام ١٩٧٠، الصـين ١٩٧٠، بريطانيـا ١٩٧١،وأخـذ الانضمام يتواصل للبلدان الأخرى تباعاً.

والحـديث عـن تـاريخ رحـلات الفضـاء وبرامجهـا الكثيـرة وتلاحـق الإنجـازات والابتكـارات فـي هـذا الميـدان فيـه مـن الصـعوبة لاتسـاع المعلومات وتداخلها.

بداية استخدام الأقمار الصناعية للاتصالات .

يرجع تاريخ استخدام الأقمار الصناعية لأغراض الاتصالات إلى ١١يوليو عام ١٩٦٢ ففي مساء هذا اليوم تم مشاهدة برنامج تليفزيوني في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا في نفس الوقت وذلك بعد بث أول قمر صناعي يستقر في الفضاء .

حين جرى تبادل البث التليفزيوني التجريبي الأول باستخدام القمر الصـناعي Telestar حيـث نقـل حـوار اسـتهلالي مـألوف لكـن فـي هـذه المرة سمعه الملايين ، فقد قطع مذيع تليفزيوني أمريكي مسلسلا ليعلن أن البريطـانيين أصـبحوا مسـتعدين لإرسـال البـرامج عبـر Telestar وإذا بالمشـاهدين يـرون ويسـمعون البريطـانيين الجالسـين حـول طاولـة عبـر

الأطلنطي ، والمذيع يقول"على يميني الاسكتلندي العنيد روبرت وايت، وعلى يساري جون براي المسؤول عن التخطيط في مجال الفضاء ، والساعة الآن الثالثة والنصف صباحاً ، أتمنى لكم قضاء وقت طيب"، غير أن هذا البرنامج لم يحتل من الذاكرة تلك المكانة التي احتلتها برامج تليفزيونية لاحقة كانت تنقل عبر الأقمار الصناعية ، منها قبول تشرشل للمواطنة الأمريكية الفخرية .

كان Telestar الأول من هذا النوع من الأقمار الصناعية المتحركة والمكلفة في إنشائها التي اضطلعت بوظائف ما قبل البث التي يقوم بها اللاسلكي كبديل عن الكابل ، وكذلك النقل التليفزيوني.

وتم الاتصال بالقمر الصناعي" تلستار" عن طريق إقامة هوائيات ضخمة في شمال الولايات المتحدة الأمريكية ، وتم تكبير هذه الإشارة عشر ملايين مرة من جانب القمر الصناعي قبل إعادة بثها إلى الأرض حيث تستقبلها هوائيات في كل من انجلترا وفرنسا ، واستمرت هذه الخدمة التليفزيونية لأقل من ساعة واحدة ، ليس بسبب انتهاء البرنامج ، وإنما بسبب تحرك القمر الصناعي بعيدا عن خط النظر الوهمي الذي ترسل له الإشارات من الأرض .

ورغم ذلك فقد تسبب إطلاق القمر الصناعي "تلستار" في فتح المجال أمام انتشار التليفزيون الدولي من خلال امتزاج تكنولوجيا الأقمار الصناعية بتكنولوجيا الإذاعة.

وقد استغلت صناعة التليفزيون – خلال عقد الستينات– فرصة استخدام هذه التكنولوجيا في بث البرامج ، وأمكن مشاهدة المؤتمر

الاقتصادي الذي عقد في مدينة روما – على الهواء مباشرة– في كل أوروبا والولايات المتحدة عبر أقمار الاتصال ، كما تم نقل وقائع الدورة الأوليمبية التي أقيمت في طوكيو عام ١٩٦٤إلى كل أنحاء العالم عبر القمر الصناعي "تلستار" وبالتالي بدأ عصر جديد للتليفزيون الدولي.

أما مباريات كاس العالم لكرة القدم في العام ١٩٦٦ فقد اعتمدت في نقلها على ستة أقمار تليفزيونية عابرة للأطلنطي ، كان التليفزيون مع ذلك ، زبونا متقطعا وليس دائما " فالصور المباشرة" التي كان يراها المشاهدون كانت تعتمد على أولويات صحافية وتمويلية ، والصحافة كذلك حظيت بفرص غير مسبوقة ، إذ أصبح في مقدور صحيفة يومية أمريكية جديدة ، وهي US Today التي بدأت العام ١٩٨٢ ، أن تطبع في وقت واحد في ١٧ مدينة عبر الأقمار الداخلية منخفضة القوة.

وكان من المتعذر في تاريخ الأقمار الصناعية تجاهل الإمكانيات –والحواجز– الدولية ، ففي أغسطس ١٩٦٤ قبل خمسة أعوام من إعلان الوكالة الفيدرالية الأمريكية FCC سياسة "السماوات المفتوحة" الداخلية .

نشأة المنظمة الدولية لأقمار الاتصال .

أنشئت المنظمة الدولية لأقمار الاتصالات عن بعد Intelsat باتفاقات حكومية والتي اكتمل نضجها عام ١٩٧٣ ، كانت الملكية تحدد في البداية عن طريق الاستخدام التلفوني ، وكانت الولايات المتحدة ، من خلال Comsat، تمتلك ٦١%منها في العام ١٩٦٤ ، في حين كانت بريطانيا تمتلك نصيبا أقل ، هذا ولم يشارك الاتحاد السوفيتي في هذه

المنظمة ، إذ كانت هذه الفترة هي ذروة الحرب الباردة ، فأنشأ هيئة دولية بديلة باسم Inter sputnik لم تجتذب إلا سبع دول فقط في الوقت الذي جذبت فيه Intelsat عددا كبيرا من الدول ، كثير منها من دول عدم الانحياز ، ولم يأت العام ١٩٧٥ حتى كانت تضم في عضويتها ما لا يقل عن ٨٩ دولة من الدول الكبيرة والصغيرة وذات الاحتياجات المتباينة من الاتصالات عن بعد .

كان أول أقمارها ، Intelsat 1 (١٩٦٥) ، الذي كان يزن حوالي ٩٠ رطلاً فقط من إنتاج شركة Hughes وبتكليف من "ناسا" وحمل اسم الطائر المبكر.

وقد كان نجاح هذا القمر يكفي ليضمن لشركة Hughes التعاقد على الجيل التالي من أقمارIntelsat التي أطلقت العام ١٩٦٧ وتبعها الجيل الثالث ، وكانت هذه الأقمار مستقرة فوق منطقة ساحل الأطلنطي وواحد فوق المحيط الهادي وواحد فوق الهندي ، وكان كل جيل جديد من الأقمار الصناعية يقدم مزيداً من السعة والموثوقية والقوة بتكاليف خدمة أقل ، فكانت سعة " الطائر المبكر" ٢٤٠ دائرة صوت فقط ، أي قناة تليفزيونية واحدة ، في حين كانت أقمار Intelsat4 ، التي أطلق أخرها في مايو ١٩٧٥، قادرة على تقديم ما بين ٣ آلاف و ٩ آلاف دائرة صوت أي ١٢قناة تليفزيونية.

ثم طرأت بعد ذلك ثورات تكنولوجية هائلة ساعدت على تطور نظم الأقمار الاصطناعية للاتصالات والمعلومات ، إذ بلغت سعة الجيل السادس من سلسلة أقمار اتصالات انتلسات في عام ١٩٨٩ أكثر من

٣٣ ألف دائرة تليفونية ، وأضحت الأقمار الاصطناعية للاتصالات والبث المباشر جزءاً من مكونات العالم المعاصر ، وتنوعت مجالات استخدامها لتصبح مصدراً أساسيا للحصول على المعلومات ونقلها وتحليلها ، مما استتبع ظهور أنظمة مختلفة صممت لتلبية احتياجات معينة.

ويتيح استخدام الأقمار الصناعية المزايا التالية للاتصال:

١- اجتياز العوائق الطبيعية للإرسال مثل الجبال والمحيطات والصحاري.

٢- تتيح الوصلة الفضائية اتصالاً مباشراً من نقطة إلى عدة نقاط في نفس الوقت .

٣- لا تواجه الترددات الفضائية العقبات الجوية التي تصادف انتشارها في المحيط الأرضي مثل التشويش وتكثيف الغلاف الجوي.

٤- ينتشر الإشعاع الراديوي من خلال الأقمار الصناعية في خطوط مستقيمة تصل إلى سطح الأرض فتغطي مساحة كبيرة تعادل تقريبا ثلث مساحة الكرة الأرضية وبذلك يتحقق انتشارا أكبر للإذاعة الموجهة من الفضاء فتصل إلى رقعة قطرها ١٥ ألف كيلومترا من سطح الكرة الأرضية.

٥- يمكن استخدام الاتصالات الفضائية بشكل مكثف على أسس اقتصادية.

٦- تحقيق السرعة والوضوح الكافيين في نقل الأحدث والمعلومات من مكان لأخر.

٧- توفير استقبال عال الجودة لخدمات الراديو والتليفزيون والهاتف ونقل البيانات.

ونتيجة للتطورات التكنولوجية انخفضت كلفة إنشاء محطات الاستقبال الأرضية من حوالي ١٠٠ ألف دولار أمريكي إلى نحو ٣٠٠ دولار فقط وأدى ذلك إلى تزايد عدد الأفراد الذين يمتلكون أطباق الاستقبال الهوائية فوق أسطح منزلهم ، وتتيح هذه الأطباق للمشاهد أن يرى عشرات القنوات التليفزيونية المرتدة من القمر الصناعي مباشرة من أماكن مختلفة من العالم فيما يعرف بالبث الفضائي المباشر .

ونضيف بأن القمر الاصطناعي الذي يمكنه الدوران بنفس سرعة دوران الأرض حول نفسها Rotational Speed يعتبر ثابتاً بالنسبة للأرض ، وأشبه ما يكون بالقنديل المعلق فوقها ، وبما لا تحتاج معه المحطات الأرضية المتعاملة مع هذا القمر لأي تعديل أو توجيه لهوائياتها وقد اكتسب الحيز الفضائي للأقمار الثابتة- على ارتفاع أكثر من ٣٥ألف كيلومتر عن سطح الأرض ، فوق خط الاستواء – اسم المدار الثابت المتزامن جغرافيا ومن المتوقع المزيد من التطورات التكنولوجية لهوائيات أقمار الاتصالات التي يمكن أن يتوصل لها العلم ومستحدثاته.

تطور الأقمار وأثره على البث التليفزيوني .

أن التطورات التي حدثت في أقمار الاتصالات مهدت لثورة التليفزيون ، وحققت ما سمي بعالمية التليفزيون من خلال الشبكات والقنوات الفضائية ، وبناء على ذلك فإن دراسة الشبكات والقنوات الفضائية وثيقة الصلة بدراسة تطور أقمار الاتصالات ، والتطورات التي حدثت في مجال البث .

من هنا يعد البث المباشر من خلال الأقمار الصناعية ظاهرة حديثة نسبيا ظهرت بفضل زيادة قوة الإشارات المبعوثة من القمر الصناعي على ما بين ١٠٠ : ٢٠٠ وات ، وبالتالي أصبح في الإمكان الوصول إلى أجهزة الاستقبال التليفزيوني في البيوت مباشرة بعد تركيب معدات صغيرة إضافية دون مرور على محطات أرضية للاستقبال صغيرة كانت أو كبيرة ، وهو ما أصبح يطلق عليه "أقمار البث التليفزيوني المباشر".

كما أصبح الاتصال بين الأقمار الصناعية ، وأجهزة الاستقبال في المنازل مباشرة دون المرور على محطات أرضية يعرف بالبث المباشر عبر الأقمار الصناعية.

ووفقا لهذا التعريف فإن البث المباشر يشمل الاستقبال الفردي أو الجماعي. ويقصد بالاستقبال الفردي:إمكانية تلقي الفرد للإشارة من قمر الاتصالات بوسائل بسيطة وبخاصة الهوائيات الصغيرة ، والاستقبال الجماعي يقصد به استقبال الإشارات عن طريق تجهيزات للاستقبال معقدة وهوائيات اكبر من التي يستخدمها الفرد من أجل استخدام مجموعة

من الأفراد ، أو للاستخدام العام في منطقة محددة ، أو بنظام توزيع يغطي منطقة معينة.

حتى أصبح الإنسان في هذا العصر لو استغنى لفترة معينة عن حاجته إلى الناس أو الاختلاط الحسي بأسرته وأصدقائه ومجتمعه وعاش معتزلاً على قمة جبل تجري خلاله جداول المياة وتتوافر فيه احتياجاته من المأكل والمشرب ولديه جهاز لاستقبال البرامج التلفزيونية من الأقمار الصناعية المباشرة وخارج كوخه صحن DISH وصفائح شمسية Solar Panels تزوده بالطاقة التي تختزنها البطاريات المكملة لنظام الطاقة الشمسية الخ..

مثل هذا الإنسان وبفضل تكنولوجيا المعلومات والأقمار يمكنه أن يعيش في العالم ومع العالم متابعا تفاصيل ما يجري فيه دون أن يشعر بأنه خارج عنه...فهو– أي العالم– عالم إليكتروني...وهو أي الإنسان مجرد فرد يعيش في هذا العالم من خلال ارتباطه به بوسائل المعلومات ويمكنه _ إن أراد– أن يوفر من الوسائل ما يجعله يتفاعل مع ما يجري في العالم interactive communication .

فضلا عن ذلك فإن تطور الإمكانيات صاحبة تطور في السرعة والأداء ، وأصبحت الرسالة الإعلامية تصل من المرسل إلى المستقبل مباشرة دون وسيط ، وتحققت بذلك مقولة الفيلسوف الكندي مارشال ماكلوهان ، القرية الكونية Global Village فما يحدث في أقصى العالم يشاهده كل الأفراد في الكرة الأرضية وقت حدوثه .

وقد بدأت مقدمات البث المباشر عن طريق الأقمار الصناعية في ٣٠سبتمبر ١٩٧٥م في الولايات المتحدة الأمريكية عندما استخدمت شركة((HBO)(Home Box Office)) القمر الصناعي RCA لنقل بطولة العالم للملاكمة للوزن الثقيل من مانيلا بين محمد على كلاي وجو فريزر .

ومع تطور تقنية البث عبر الأقمار الصناعية بدأ التطبيق للتكنولوجيا الرقمية في نقل الصورة عبر الأقمار الصناعية بما ساعد على تقليل التكلفة وتقديم خدمة أفضل ، كما أن التقارب بين صناعات الأقمار الصناعية والكوابل والهاتف والكمبيوتر منذ عام ١٩٩٣م واندماج الشركات العملاقة مثل تايم وارنر ووالت ديزني بعد ذلك ساعد على النجاح الكبير للبث المباشر ويعزي هذا النجاح الذي حققه البث إلى أن التقنية الرقمية سمحت بتقديم مئات القنوات إلى المستهلكين وأصبحت عملية إنتاج وسائل البث والاستقبال الفضائي هي أكثر المنتجات الإلكترونية رواجا ففي الولايات المتحدة بلغ عدد هذه الأجهزة المباعة أو المؤجرة مليونين ونصف المليون في غضون عام ونصف حتى عام ١٩٩٧م إلى جانب ذلك فإن برامج الفيديو الرقمي قد جرى بثها إلى أوروبا وأسيا وأمريكا اللاتينية والشرق الأوسط .

الأقمار الصناعية المتصلة بمحطات أرضية (أقمار التوزيع).

إن كافة المستحدثات التي أفرزتها تكنولوجيا الاتصال ، إنما تنطلق من خلال إنجازين تكنولوجيين أساسيين هما تكنولوجيا الأقمار الصناعية ، وتكنولوجيا الحاسب الآلي ، ولتكن البداية هي الحديث عن

الأقمار الصناعية التي تزدحم بها السماوات اليوم ، بدرجة يخشى معها حدوث تصادمات بينها تعطل مسيرتها وفعاليتها.

والأقمار الصناعية في حقيقتها أيضاً ، مجرد وسيلة تساعد على الوصول بالبث التلفزيوني بصفة أساسية إلى أماكن ليس بمقدورها الوصول إليها بوسائل اتصال أخرى ، وبنفس الدرجة من السهولة واليسر والاقتصاد، كما تستخدم في الاتصالات التلفونية ، والبرقية، والتلكس، وتمثل تلك الأقمار جانبا هاما لا غني عنه كإحدى العلامات البارزة في تكنولوجيا الاتصال ، وخاصة فيما يتعلق بالبث التلفزيوني Satellite T.V الذي بدأ بإطلاق القمر الصناعي Telstar في ١٠ يوليو ١٩٦٢، وما تبعه من أقمار صناعية أخرى تدور فوق خط الاستواء equator وقد وفر ذلك اتصالات مستمرة واضحة ، مع وجود المحطات الأرضية Ground Stations وهذه الأقمار تحمل هوائيات Antenna(Aerial) وأجهزة استقبال Receivers وأجهزة إرسال Transmit ions إلى المحطات الأرضية التي تستقبل وتعيد البث ، فهي بمثابة محطة توزيع ، والمحطة هنا تقوم بإعادة البث على المستقبلين في منازلهم ، وأينما كانوا، وبذلك تلعب دور حارس البوابة Gatekeeper أو الرقيب ، الذي يجيز ويمنع ، فهو يتحكم في المواد التي قد يسمح ببث بعضها ، ويمنع بعضها الأخر.

وفي مطلع عقد الثمانينات من القرن العشرين بدأ ألاف المواطنين في الولايات المتحدة الأمريكية وتحديدا في المناطق الريفية وضواحي المدن استقبال بث قنوات تليفزيونية مباشرة من أقمار صناعية تدور في

الفضاء باستخدام هوائي طبقي الشكل Dish وعرف ذلك باسم المحطة الأرضية المستقبلة فقط للبث التليفزيوني Television receive-only earth station وتعرف اختصار باسم TVRO، وبحلول ١٩٨٥ انتشر في الولايات المتحدة أكثر من مليون هوائي Dish .

وقد شهدت السنوات التالية لذلك انفتاحا إعلاميا متزايدا ونمو هائلا في عالم القنوات التليفزيونية القادمة عبر الأقمار الصناعية ، تلك القنوات التليفزيونية المتباينة التوجهات والأهواء والرؤى ، وأصبح المشاهد المصري أو العربي هدفا لهذه القنوات تسعى كل منها لجذبه على شاشتها بشتى الأساليب.

وقد ازداد التنافس بين الدول في مجال الإعلام وانتشرت الأقمار الصناعية التي تحمل مئات القنوات الفضائية ، وهذه تبث رسائلها عبر الأثير إلى جميع الأنحاء بلا ضوابط أو قيود ، وأصبحت السماوات مفتوحة أمام سيل إعلامي ضخم يحمل في ثناياه أخطارا للدول النامية تتهدد منظومة القديم التي درجت عليها ، حتى أن ثقافتها أصبحت مهددة بالاقتلاع تحت وطأة الثقافة العالمية التي تروج للتكنولوجيا وقنواتها الفضائية .

أقمار البث المباشر Direct Broadcasting Satellites

تطورت تكنولوجيا الأقمار الصناعية ووصلت قوة إشارتها من ١٠٠إلى ٢٠٠وات ، وأصبح في إمكانها البث المباشر لإرسالها القمري للأجهزة التليفزيونية الخاصة بالمشاهدين مباشرة دون المرور على محطات أرضية ، وأتاحت إضافة معدات بسيطة جودة استقبال الإشارات

الفضائية بمعنى أن الإشارات المرسلة من القمر الصناعي لا تمر بمحطات أرضية تتولى إعادة بثها على الشبكات التليفزيونية المحلية وهذا على غرار الإذاعة الصوتية التي تصدر مباشرة إلى أجهزة الاستقبال .

وهذا ما يستخدم الآن في البث التليفزيوني المباشر" القنوات الفضائية " إلى القمر الصناعي الذي يقوم بالتقاط هذه الإشارات وإعادة بثها إلى محطة أرضية أخرى تقوم بتوزيعها عن طريق شبكة اتصالها المحلية وتتميز هذه الأقمار بكفاءتها العالية ، ولكن يرتبط فاعلية هذا النمط بكفاءة الشبكة المحلية للدولة المستقبلة هذا بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف إنشاء المحطات الأرضية الخاصة بهذا النمط الأمر الذي يجعل استخدام هذا النمط غير محبب بالنسبة للدول النامية.

وهكذا تمثل هذه المحطات الأرضية رقابة شديدة أو حارس بوابة يسمح بمرور البرامج أو يمنع بعضها أوكلها ، وقد تحقق وجود البث المباشر في السبعينات ، واستخدم على نطاق واسع في الولايات المتحدة الأمريكية في الثمانينيات ، وفي أوربا بدءا من عام ١٩٨٩، ويقصد بالبث المباشر ، البث مباشرة إلى الهوائيات المنزلية الصغيرة ، وقد أسقط البث المباشر بذلك الحواجز الجغرافية بين الدول والشعوب المختلفة ، وألغى تماما حراس البوابات Gate Broadcast Keepers المتمثل في المحطات الأرضية إذ يصعب عمل تشويش على الموجات المرسلة من الأقمار الصناعية ، فإرسال أو بث البرامج عن طريق أقمار البث المباشر يتم استقباله من قبل جمهور المستقبلين في منازلهم ، وحيثما

كانوا طالما هم في نطاق المناطق المستهدفة ، ويستخدمون الهوائيات الطبقية الصغيرة المناسبة، وقد أمكن عن طريق تكنولوجيا الاتصال المتوافرة في هذه الأقمار، تحقيق وجود التلفزيون عالي الجودة High Definition T.V H.D.V الذي يماثل جودة السينما ٣٥مرة ويتعذر إرساله عن طريق الإرسال الأرضي ، بالإضافة إلى أنه لا يتأثر بالبقع الشمسية أو التغيرات الجوية ، كما أن استخدامه في المدن ذات البنايات العالية يكون ذا جودة عالية أيضا، واستخدام هذا النوع من البث المباشر يؤدي إلى الاستغناء عن المحطات الأرضية باهظة التكاليف ، وتوفير الطاقة ، وإنشاء محطات نقل وتوزيع البرامج ، بالإضافة إلى توفير الطاقة اللازمة للبث الفضائي إذ أن مقدار الطاقة اللازمة صغير جدا ويتم الحصول عليها من الطاقة الشمسية.

البث الفضائي الوافد ودوره في نشوء الفضائيات العربية:

يرى Poindexter أن تقنيات البث التلفزيوني الحديثة بالأقمار الصناعية والكابل لديها الإمكانيات ليس فقط لهزيمة المنظومة الإعلامية الوطنية في دولة نامية ما...بل حتى لجعل السياسة الإعلامية فيها عديمة الجدوى والفعالية..وإذا ما تدفق نظام البث مباشرة من دول الغرب الصناعي القوية إلى مستقبلين في دولة نامية صغيرة فإن صناعة سياسة قومية إعلامية رصينة وحتى تطبيق قوانين إعلامية بعينها وممارسة الرقابة المعهودة ستصبح محاولات عقيمة.

وبالفعل إن وضوح هذه الفكرة في أذهان المسؤولين في الدول العربية الذين ظلوا لعقود طويلة يجاهدون لإحكام السيطرة على الوسائل

الإعلامية المختلفة وتحديد أدوارها ومضامينها جعلت من البث الوافد بالنسبة لهم قضية جدلية وخطراً داهما تباينت حوله ردود الفعل والاستجابات.

ومواكبة للتطور التكنولوجي الهائل وبالأخص تطور تكنولوجيا الفضاء ، أصبح الوطن العربي مجالا مفتوحا لاستقبال العديد من القنوات الفضائية الدولية الحكومية وغير الحكومية ، وقد سارعت الدول العربية إلى استخدام الأقمار الصناعية ، وكان استخداما محددا من خلال القمر العربي " عربسات" وكان بداية هذا الاستخدام للأقمار الصناعية في الوطن العربي بمثابة ثورة تكنولوجية أحدثت ما يسمى " بانفجار الإعلام في الوطن العربي.

وبذلك دخل العالم العربي عصر الفضاء من خلال إطلاق كل دولة عربية على الأقل لقناة فضائية أو أكثر خاصة بها من خلال الأقمار الصناعية ، وتعددت القنوات الفضائية العربية الحكومية وغير الحكومية المستخدمة لكل من القمر الصناعي العربي " عربسات" والقمر الصناعي المصري " نايل سات" وشبكات الأقمار الصناعية الدولية الأخرى.

وأصبحت تكنولوجيا الاتصال عبر الأقمار الصناعية عنصرا متضمنا في كل مظاهر الحياة العصرية بدءا من البث التليفزيوني المباشر عبر شبكات الأخبار العالمية والقنوات الفضائية العربية والأجنبية ، والاتصالات التليفزيونية عبر المسافات الطويلة إلى عقد المؤتمرات التليفزيونية عبر القارات.

إن التطورات التكنولوجية الأخيرة غيرت الصورة تماما فقد أتاحت التكنولوجيا الحديثة نظاما مختلفا من التطور مثل ظهور عشرات القنوات التي يوفرها الاتصال الكابلي بالإضافة إلى التطور الهائل في انتشار وقوة الأقمار الصناعية باستمرار سواء في مجال الإرسال أو الاستقبال وذلك من خلال البث المباشر عبر الأقمار الصناعية واستخدام الألياف الضوئية أو استخدام النظام الرقمي (digital) الذي حل محل أسلوب البث التناظري (الأنالوج) "analoge" ويستخدم الأسلوب الرقمي في البث والتسجيلات وأعمال التصوير وكل جوانب العمل الإذاعي والتليفزيوني ، وبدخول التقنية الرقمية أتاحت مضاعفة عدد القنوات التي يحولها القمر الصناعي الواحد ، وأصبح بالإمكان بث أعداد كبيرة جدا من القنوات التليفزيونية.

وقد تميزت آفاق التطور في مجالي الإنتاج والبث منذ ظهور التكنولوجية الرقمية المتمثلة في البث الرقمي عبر الأقمار الصناعية والذي يشهد تطورات هائلة على مستوى الجودة والامكانات.

وهذه الرقمية هي مفتاح الثورة المتسارعة في المعلومات والاتصالات ، حيث أنها تتيح ضغط الإشارات ومضاعفة حجم الإرسال، حيث يمكن استخدام خط واحد لنقل مكالمات هاتفية ، وبث تليفزيوني ، ومعطيات كمبيوتر في وقت واحد ، مع توفير النقاء والدقة للصوت والصورة على الشاشات العريضة متعددة النوافذ ، وهكذا تضاعفت التقنيات الرقمية الفضائية قدرة حمولة القنوات عدة مرات .

وتكمن الخطورة مع بدء عصر الأقمار الصناعية المباشرة ، حيث تبث البرامج التليفزيونية إلى المشاهد في بيئته مباشرة ، وتمده بالكم الهائل من الاختيارات من القنوات الفضائية من خلال معدات وأجهزة بسيطة .

وتعد التغطية الرقمية هي المصدر الأساسي لاندماج تكنولوجيا الاتصالات والحاسوب والإذاعة المرئية والمسموعة ضمن صناعة واحدة، كما يمكن استخدام التكنولوجية الرقمية(digital) في عملية التخاطب الحاسوبي بين الطرف الباعث والطرف المتلقي وهي ما يسمى اليوم بالتليفزيون الحواري أو التفاعلي.

وقد تم استخدام التليفزيون التفاعلي interactive television في عديد من الخدمات منها خدمات التسوق المنزليDigital Market واستخدم التليفزيون التفاعلي أيضا في إرسال واستقبال البريد الإلكتروني بالإضافة إلى استخدام التليفزيون التفاعلي كأداة تعليمية عن بعد Distance Learning programs .

فأصبح هناك ما يسمى بعصر المعلومات والإعلام information media أو عصر وسائل الاتصال لتقديم غذاء روحي ومعلوماتي في نفس الوقت للمتلقي .

وباستخدام التليفزيون الرقمي تقدم التحسينات ذات الأهمية في وسائل الاستقبال مثل تنقية الصوت وجودة الصورة وعدد القنوات التي يمكن أن تنقل على نفس الامتداد وزيادة الجهد من أجل أن يتم التفاعل بين المذيعين والمتلقين للمادة الإعلامية ، وقد أخذت التحسينات التي

حدثت عن طريق التليفزيون الرقمي أشكال مختلفة ، ويتم تشغيل التليفزيون الرقمي وتوزيعه على عدة محطات إعلامية وهي القمر الصناعي ، والتليفزيون الكابلي والمحطات الأرضية.

سمات الواقع الاتصالي العربي في مرحلة ما قبل الفضائيات العربية :

يعد الواقع الاتصالي وجها من وجوه الحياة السياسية والثقافية المتعددة في الدول العربية يتسم بسماتها ويمثل مرآة لها ، فسمات السياسة هي ذاتها سمات الواقع الاتصالي من حيث سيادة القطرية والسلطوية والابتعاد عن الواقع وعن الجمهور، وقد حدد أديب خضور ١٩٩٨ أبرز سمات الواقع الاتصالي العربي لمرحلة ما قبل الفضائيات العربية على النحو التالي :-

١- أقامت جميع الدول العربية في فترات زمنية مختلفة محطات تليفزيونية محلية ، ولم تأت هذه المحطات غالبا استجابة لضرورات تنموية أو تلبية لحاجات إعلامية موضوعية وإنما لاعتبارات تتعلق بالهيبة والأبهة والنفوذ.

٢- شكل التلفزيون في تلك المرحلة – وما زال- أداة جوهرية من أدوات الحكم حيث انسابت مضامينه (وكذا مضامين معظم وسائل الإعلام الرسمية المختلفة) في اتجاه رأسي من أعلى إلى أسفل ومن الحكام إلى المحكومين ، ومن النخبة إلى القاعدة ، وقام بدور أساسي في عمليات الضبط الاجتماعي وحماية الأوضاع السياسية القائمة .

٣- غياب الجمهور عن المشاركة الفعالة في برامج التليفزيون الحوارية مما أدى إلى انفصام ملحوظ بين الإعلام والرأي العام ، وصل في بعض الدول العربية إلى حد القطيعة الكاملة ، وظل الرأي العام أمرا محظورا ينظر إليه المسؤولون على أنه مدعاة للشغب والخوف والحظر لذا يفضل حجبه أو تهميشه أو حتى إلغاؤه .

٤- تمحورت المضامين الإعلامية حول تحقيق مصالح النظم القطرية وقياداتها ، وهذه المصالح كانت هي المحددة لسلوكيات النظام الاتصالي برمته والسلوكيات الواجب إتباعها من قبل القائمين بالاتصال وكذا أشكال التلفزيون كأداة للتعبئة السياسية والتوجيه أو الشحن العاطفي والنفسي ، كان الدور السائد والأساسي طوال عقود ، وكان المواطن العربي مجرد هدف للاتصال الذي يستهدف قولبته في ذهنية معينة ذات أبعاد محددة تزيد من سلبيته وقلة مشاركته في الحياة السياسية.

٥- إن الفلسفة التي قامت عليها السياسات الإعلامية في الدول العربية فلسفة قائمة على دفن حقائق المشكلات السياسية والاجتماعية المنتشرة في الوطن العربي وعدم ملامسة محرماتها، الأمر الذي أوجد جيلا إعلاميا معوقا فاقدا لقدرات الخوض في مناقشة وتحليل مشكلات مجتمعه وقضاياه المصيرية بروح ناقده بناءة لاستخلاص الحلول النافعة لأصحاب القرار السياسي ، وبالتالي انعزلت القنوات المحلية الرسمية عن متلقيها الذين

سرعان ما امتلكو فيما بعد (مع بداية البث الأجنبي الوافد) خيارات مبهرة في الأداء والحيوية والصراحة والجرأة جذبتهم بعيدا عن الحوار الرتيب الجامد الموج الذي لازمهم طويلا.

٦- افتقرت المحطات التلفزيونية المحلية إلى الكوادر الفنية المتخصصة والمتنوعة القادرة على التطوير والتحديث والإبداع ، وتوسع البث التلفزيوني المحلي العربي زمنيا وكميا بقدر لا يتناسب مع الإمكانيات الذاتية للإنتاج البرامجي والدرامي والمنوعات مما أدى في الكثير من الأحيان إلي استيراد البرامج الأجنبية ذات الأضرار المتعددة .

٧- هامشية ومحدودية التعاون العربي في مجال الإنتاج المشترك أو التبادل البرامجي أو التعاون الفني رغم محاولات عديدة من عدة دول عربية .

ويمكن تلخيص ابرز خصائص النظام الإعلامي العربي لمرحلة ما قبل الفضائيات كما توصلت إليها البحوث المسحية كالتالي:

١- تشابه السياسات الاتصالية بين الدول العربية.

٢- سيادة ملكية الدولة واحتكارها لوسائل الإعلام في الدول العربية.

٣- رسوخ التبعية للغرب ببعديها التكنولوجي والفكري.

٤- تشابه المضامين الإعلامية بين القنوات العربية.

٥- التفاوت في نسب انتشار وسائل الإعلام بين المواطنين في الدول العربية.

٦- سيطرة الروح القطرية على وكالات الأنباء العربية واستخدامها كأداة تغذية للخلافات السياسية بين الحكومات العربية.

٧- فرض رقابة مشددة على وسائل الإعلام لاسيما المضامين السياسية ، والنجاح في بناء ما يسمى " الرقابة الذاتية" التي يمارسها القائم بالاتصال على نفسه دون الحاجة إلى رقيب رسمي.

إن السمات والخصائص السابقة للواقع الاتصالي العربي شكلت مناخا ملائما لانتشار البث الفضائي الأجنبي ، وجعلت من هذا الوافد الجديد ضيفا مرحبا به من قبل ملايين الجماهير العربية التواقة للتجديد والحقيقة بعيدا عن أجواء الجمود والرقابة والتوجيه والتمجيد التي حفلت بها المضامين الإعلامية للقنوات التلفزيونية العربية على مدى ما يقرب من نصف قرن مع ما صاحب هذا الترحيب ببث للسم في العسل من قبل هذا البث الوافد .

القمر العربي "عربسات" Arab sat:

تنبهت الأذهان في الوطن العربي ، إلى أن وضعية الإعلام الدولي تفرض تبعية تجعل المواطن ، وكذا المؤسسات العربية المعنية ، تستهلك المعلومات التي تقدم جاهزة لتحقيق أغراض دعائية أو تعرض للبيع ، شأن أي سلعة ، وقد عبرت كثير من اللقاءات العربية المتخصصة عن هذه الظاهرة ، كما أشارت كثير من الدراسات إليها، وشخصتها ، كما ونوعا ، فضلا على أنها أوضحت أساليب تحكم الدول

الكبرى في سريان المعلومات واحتكارها لوسائل الاتصال ، وما يرتبط بها من أدوات.

وأدرك العرب هيمنة التكنولوجيا الحديثة على العالم جراء الانفجار الهائل في تقنيات الاتصال والإعلام والتحول إلى فكرة الكونية واللحاق بركب الثورة المعلوماتية ، وهو ما يتطلب من دول العالم العربي الاستعداد لمواجهة المتغيرات الدولية الجديدة بالخطاب الإعلامي الذي يناسبها وبالأساليب التي من شانها تحقيق الأهداف المرجوة.

ويرجع التفكير في إطلاق أول قمر صناعي عربي إلى اجتماع مجلس وزراء الإعلام العرب في (بنزرت) بتونس عام ١٩٦٧ ، عقب هزيمة العرب أمام إسرائيل في ٥ يونيو١٩٦٧ أي في نفس العام ، وقد صدرت عن الاجتماع توصية تقول:"ومن الضروري الاستفادة من التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصال ، وخاصة الأقمار الصناعية لمساندة الإعلام العربي" وهكذا ولدت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية A.S.C.O التي قامت بإطلاق أول قمر صناعي عربي دخلت به الدول العربية نادي الفضاء ، وتضم المؤسسة ٢٢ دولة هم أعضاء جامعة الدول العربية ، فهو قمر صناعي عربي مائة بالمائة ، فالأقطار العربية هي المالكة الوحيدة للشبكة .

وقد تم إطلاق القمر الصناعي العربي الأول يوم ٨ فبراير عام ١٩٨٥ والذي لم يتحقق له النجاح المنشود ، فأطلق القمر الصناعي الثاني في ١٢ يونيو عام ١٩٨٥ أيضا ، وهو يرتبط بمحطتين أرضيتين، إحداهما في الرياض في المملكة العربية السعودية ، والأخرى في تونس ،

ولما كان العمر الافتراضي للقمر الصناعي هو سبع سنوات قد تمتد إلى عشرة سنوات ، لذا فقد القمران أهميتهما عام ١٩٩٢ وتم استخدام القمر الصناعي العربي الثالث في بداية عام ١٩٩٣ ، وينتظر أن تستمر صلاحيته حتى عام ٢٠٠٧ ، مع مواصلة الرحلة الطموحة لإطلاق أقمار صناعية عربية أخرى.

هذا وقد انطلق القمر الصناعي (ARABSAT) عام ١٩٨٥ من جزيرة غويانا في أمريكا الوسطى بواسطة صاروخ ايريان الأوربي وليستقر في مداره الجغرافي الثابت وهو مصمم لكي يغطي مساحة الوطن العربي من مغربه إلى مشرقه وتمتد هذه المسافة ٦٥٠٠م من الشرق إلى الغرب و ٤٥٠٠م من الشمال إلى الجنوب.

والحقيقة أن القمر الصناعي العربي يحتوي على ٢٥ قناة قمرية Transponder وهي المستخدمة في الاتصالات التقليدية والنقل التلفزيوني بالإضافة إلى وجود قناة لها أهميتها الكبرى ، وهي القناة غزيرة الإشعاع التي تتميز بقدرتها على بث البرامج إلى التلفزيونات مباشرة دون أن تمر هذه البرامج على المحطات الرضية، إذا أنها لا تحتاج إلى هوائيات ضخمة لاستقبال بثها ، إذ يكفي وجود هوائي لا يزيد قطره على ثلاثة أمتار يمكن وضعه على بناية كبيرة ، فتستقبل جميع الوحدات السكنية في هذه البناية ما تبثه القناة غزيرة الإشعاع ، أو وضع هذا الهوائي فوق بناء أحد الأندية للمشاهدة الجماعية أو نادي المشاهدة التلفزيونية Tele-Club، وقد أطلق على هذه القناة عبارة غزيرة الإشعاع، لأن إرسالها يبلغ من القوة حدا لا يحتاج فيها المستقبل سوى

استخدام هوائيات صغيرة ، كما يطلق عليها أيضا قناة الاستقبال الجماعي.

وأصبح كذلك هناك نظام التوزيع والبث باستخدام الكوابل ، وهو نظام يتيح استقبال أكثر من مائة قناة تلفزيونية وقناة معلومات في المنازل ، ورافقه نظام "الكبيل اللاسلكي" الذي لا يستلزم حفرا أو مد للأسلاك وتزامن مع هذا استخدام شبكات الألياف الضوئية بديلا عن الأسلاك النحاسية ، وهي تستطيع حمل العديد من القنوات بدرجة عالية من الوضوح والدقة .

وقد أحدثت هذه التغيرات التكنولوجية في عالم الاتصال تأثيرات كبيرة على منطقتنا العربية تزامنت مع تعاظم تأثير التلفزيون الذي أصبح أحد أهم المصادر الأساسية للأخبار ، فقد أدت إلى انتشار القنوات الفضائية في السماء العربية بشكل لافت للنظر ويقدر البعض عدد القنوات الفضائية التي تسبح في السماء بثمانية آلاف قناة فضائية عالمية، ويصل إلى المنطقة العربية من هذه الفضائيات العالمية ٣٤٠٠ قناة فضائية .

ولقد استخدمت الدول العربية القمر الصناعي العربي في تبادل الرسائل التلفزيونية العربية على غرار نظام تبادل الأخبار التابع لشبكة يوريفزيون الأوربية ولكن النتائج لم تكن بحجم التوقعات حيث أن ما تم تبادله خلال الفترة من ١٩٨٩/١/١ وحتى ١٩٩٣ (٥٦٤٨) خبرا سياسيا كان معظمها من الأخبار ذات الصبغة السياسية الجادة والمرتبطة

بالتوجهات السياسية للبلد المرسل كما أنها تركز على موضوعات لا تلقي ميولا شديدة من أغلبية المشاهدين.

الثورة المعلوماتية والتبادل الإعلامي :

قد لا نغالي إذا قلنا أن الثورة المعلوماتية والتبادل الحر للإعلام في عالم اليوم سيقلصان بشكل أو بأخر من تأثير الدول والحكومات العربية على وسائل الإعلام بصورة كبيرة وسيسهمان في بلورة مفاهيم جديدة لهذا الإعلام المتدفق الحر .

وإذا كان بمقدور بعض الدول أن تحد في الوقت الراهن وبصورة جزئية من التدفق الإعلامي والمعلوماتي القادم إليها من الخارج ، فإن هذه المقدرة لديها سوف تتراجع إلى حد كبير وقد تنعدم في المستقبل المنظور ، خصوصا في ظل وجود العشرات من الأقمار الصناعية التي تتنافس على الفضاء ، كما أن توظيف التكنولوجيا الحديثة في عمليات التبادل التجاري والمعاملات المالية ، يحد من قدرة الحكومات على ضبط هذه الأمور ، مما سيكون له تأثيره بالطبع على سياساتها المالية والضريبية وقدرتها على محاربة الجرائم المالية والاقتصادية.

ولم يعد الإعلام الحر يبرر مواقف بل ينقل أحداثا ويعرض وجهات نظر متعارضة ، بل ومتناقصة ، والمطلوب هو تدعيم الإعلام الذي يصور الحقيقة كما هي ، ولا ينتمي لسلطة أو حكومة لزعيم أو رئيس ، وإنما شاغله الأساسي هو المواطن ، فقد أصبح النظام السياسي في أي بلد في العالم ، غير قادر على إخفاء بعض المعلومات بدعوى حماية الأمن القومي لأن ما يخفيه في الداخل يمكن الحصول عليه من

الخارج ، بل وأصبح مطالبا بمصارحة المواطنين بالحقائق والاستماع إلى آرائهم وأفكارهم والمواطن يحق له معرفة كل ما يدور في بلده ووطنه من قناة عربية وليس من فضائية أجنبية غربية عنه.

إن الإعلام العربي لن يستطيع ، مهما تسلح بالإمكانيات ، ومهما استفاد من تقنيات عصر المعلومات ،أن يؤدي الدور المطلوب منه دون وجود عملية إصلاح جذرية وشاملة لواقعنا العربي ، على الرغم أنه كسر جدار الصمت حول "المسكوت عنه" في قضايا عديدة ، ويرجع الفضل في ذلك إلى " السماوات المفتوحة".

فقد غدا العالم قرية صغيرة ، بكل ما تتميز به القرى من علاقات القرابة والجوار وصغر المساحة ، حيث يستطيع فيها أي شخص أن يتابع أي حدث في ركن من أرجاء المعمورة لحظة وقوعه ، وكأن الأرض قد طويت والزمان قد تلاشى ، فيرى كل شئ من بيته أو مكتبه ، وما عليه سوى أن يضغط على زر مفتاح التلفاز أو المذياع ، أو يفتح مواقع الانترنت فيعرف الكثير عما يحدث في دولته أو الإقليم أو العالم وكأنه في قلب الأحداث.

لقد أدت ثورة الإعلام وتكنولوجيا الاتصال إلى إلغاء المسافة بين الواقع والخيال وإلى بروز ما يسمى الحقيقة التخيلية Virtual Reality وهي ذلك العالم المملوء بالأحداث والوقائع والأخبار والتفاعلات .

إننا نعيش عصر المواطن العالمي (Global Citizen) الذي يخضع للمؤثرات العالمية نفسها ويستخدم السلع نفسها ويتابع الموضات نفسها فالجميع يتابع المباريات الرياضية نفسها ويشاهد المسلسلات

التليفزيونية نفسها ويسمع الأخبار السياسية نفسها ، ويعرف الفضائح الأخلاقية نفسها ، ويخشى العمليات الإرهابية نفسها، وذلك من خلال ارتباط الطبق الهوائي "الدش " بالقنوات التليفزيونية الموجودة في جميع أنحاء العالم ، والتي تتوجه للجمهور في العالم كله ، وليس للجمهور في بلد بعينه، وتخلق في نفس الوقت اتجاهات متشابهة في الأفكار والعادات والأذواق .

ولذا فالإعلام العربي يحتاج إلى معالجة جذرية واستشراف للمستقبل بروح جديدة ومغايرة لما سار عليه في العقود الماضية ، فهذا العصر تغيرت فيه مفاهيم كثيرة وأدخلت تقنيات متقدمة ، جعلت العالم متشابكا بأفكاره وتفاعلاته ، وأصبح كل شئ متاحا ومنفتحا ولم تعد الأساليب المنغلقة تجدي في هذا العصر لذلك يتعين على الإعلام لعربي أن يتفاعل مع الجديد والمستجد ، وأن ينفتح على الآراء المختلفة وأن يتاح للتعددية أن تكون هي التقليد الحاضر أو السائد بما يعكس قضايانا السياسية والاجتماعية والثقافية على تبايناتها وهو بدوره يقوي من المصداقية في طرح القضايا ومناقشتها.

فالحقيقة الأساسية والتي أصبحت مسلمة من المسلمات أن الإعلام قوة وهو كأي قوة يمكن استخدامها للخير أو الشر ، وأمرها يعتمد على من يستخدمها ولأي أغراض يوظفها ، فالإعلام قوة لأنه يشكل القناعات لدى الناس العامة منهم والخاصة، ويضع أجندة المجتمع ، ويحدد الموضوعات التي تتناقل بين الناس .

ولعل الدرس الأهم وربما الوحيد الذي يمكن أن يخرج به عاقل من حفلة الفضائيات العربية ، هو أن نعيد ترتيب خطابنا الإعلامي على دعامتين : **الأولي** :- الارتفاع إلى مصاف المسؤولية بالترفع عن خوض المعارك الصغيرة داخليا **وتتمثل الثانية** في وضع تصور عقلاني ومؤسسي لخطاب إعلامي راشد ، وقائم على المعرفة بالذات وبالأخر ، إن المشاهد سوف يروع لهذه الحالة من التفاهة والسطحية التي تكاد تسود وللأسف من خلال تسطيح المضمون الذي تقدمه بعض هذه الفضائيات ، وذلك التشابه الشديد في المضمون الذي تقدمه هذه الفضائيات العربية على كثرتها ، يكاد يخلق حالة من عدم اليقين للشخصية العربية ، وخصوصا في أوساط الشباب ، سواء من ناحية المظهر أم من ناحية طريقة الكلام ، ويؤدي بأشكاله المختلفة إلى تغليب القيم الاستهلاكية التي تكرس لها هذه البرامج كل جهدها شكلا أو مضمونا كما يؤدي إلى إهدار قيمة العمل من خلال هذا الكم من برامج المسابقات السطحية التي تشبع أحلام الثراء السريع من دون مجهود يذكر، والتي تكاد تطغي على كل الشاشات العربية بشكل مستفز ومهين للشباب العربي الذي يظهر ويفشل في الإجابة عن أسئلة في غاية التفاهة.

وهناك مجالات أخرى للتنسيق يجب أن تدخل ضمن الاهتمام في الإعلام العربي ، ومن بين ذلك مثلا إنشاء شبكة معلومات قومية على مستوى الوطن العربي تصب فيها شبكات المعلومات القطرية في المجالات الإعلامية.

وإعادة النظر في واقع البث الفضائي العربي يتطلب على الأقل إنشاء قناة فضائية تجسد توجهات الأمة العربية من أجل إيصال الخطاب المؤثر ، وتوضيح أبعاد الهجمة الشرسة التي يتعرض لها العرب والمسلمون ، وتسخر إمكانيات هذه القناة في تعرية الأكاذيب والادعاءات التي تحاك ضد العرب والمسلمين ، وتشاهد شعوب العالم الحقيقة الناصعة التي تدحض الافتراءات والاتهامات الباطلة ، أن ذلك بحاجة إلى وقفة جادة لتشخيص الخلل الحالي في الإعلام العربي وتغيير أسلوب الخطاب ولغته في مخاطبة المجتمع العالمي.

ومما لا شك فيه أن الأفراد والمجتمعات على اختلاف مواقعهم وتخصصاتهم واهتماماتهم في حاجة مستمرة إلى هذه المعلومات سواء بما يجري أو للتثقيف والتعليم ، وأهم من ذلك اتخاذ القرارات المناسبة واختيار أفضل البدائل بالاستناد إلى بيانات صحيحة ومعلومات موثقة من هذه القنوات المتخصصة الذي يتنوع مضمونها الإعلامي.

وما يتصل به من سياسات اتصالية بالإضافة إلى رسم استراتيجيات وخطط واضحة لآليات التعاون والتكامل بين مختلف الأطراف تحقيقا لأهداف الإعلام العربي قوميا ودوليا ، ومن أهمها:-

أ- إثراء شخصية الإنسان العربي والإسهام في الحفاظ على هويته الوطنية والقومية.

ب _ تعميق انتمائه الوطني والقومي ومعايشتة وفهمه لقضايا وطنه وأمته العربية .

جـ- تعميق الروابط القومية بين أبناء الأمة العربية.

د- تحقيق التفاعل الثقافي بين المواطن العربي وبين ثقافات العالم المختلفة.

كما يفترض أن تساهم هذه اللجنة في القيام بتحرك جماعي للعمل الإعلامي العربي في ظل الفضاء المفتوح ، ومواجهة تحديات العولمة الإعلامية ولا سيما في تجلياتها الثقافية والحضارية ، وتكرس في صلب تحركها مبادئ التضامن والتوازن والتعايش من خلال أهدافها وبرامجها وخططها الآتية والمستقبلية .

البث الوافد والهوية الوطنية .

إن لكل مجتمع قيمه وعاداته وتقاليده وطقوسه التي تميزه عن غيره من المجتمعات ، والتي تكون في النهاية الذات الثقافية والهوية القومية لهذا المجتمع، وقد غدت هذه الهوية القومية عرضة للإحلال والإبدال في بعض أبعادها الرئيسية بعد حدوث التقدم التكنولوجي الهائل في مجال وسائل الاتصال .

فلقد كانت الثورة الثقافية والعلمية ، متمثلة في التطورات في وسائل الاتصالات ووسائل نقل المعلومات والصور والأفكار ، من أهم ما شهده العالم منذ النصف الثاني من القرن الماضي من تغيرات أثرت في الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية في العالم ، وساهمت في إزالة الحدود والفواصل بين الدول والمجتمعات، وأصبحت بذلك من أهم وسائل عولمة العالم .

وربما كان من أهم سمات هذه الثورة أنها عالمية الطابع وعملت علي إلغاء التمايز بين البشر بصرف النظر عن أماكن سكناهم ، ومن

سماتها أيضا أنها ركزت علي الثقافة لتصبح محور اهتمامها ، وتبنيها ثقافة واحدة مما يشكل خطرا علي ثقافات الأمم والشعوب التي تعتز بثقافتها المحلية، التي تستمد منها هويتها ومقومات شخصيتها.

ويمكن القول أن "الغزو" الأجنبي عن طريق البرامج : من مسلسلات وحلقات دليل علي عجز دول العالم الثالث، كما يشير أيضا إلي تبعيتها لقوى أجنبية وهو استعمار "ثقافي" جديد قادم من بلاد العم سام إذا أردنا التعبير عن أفكارنا بصراحة ودون موارية .

ولما كانت متابعة المشاهد المصري للمواد الأجنبية علي شاشة التليفزيون متزايدة ، حيث يتابع المشاهد المصري المواد الأجنبية علي شاشة التليفزيون المحلي ، ومعظمها مواد ترفيهية ودراما وأغاني ، بل إن بعض هذه المواد تبث علي القناة الثانية متزامنة ونشرة أخبار الساعة التاسعة التي تقدمها القناة الأولى ، مما يحرم هذه الأخيرة من نسبة كبيرة من المشاهدين .

وقد أظهرت بعض الدراسات أن المواد الأجنبية التي تبث تحمل قيماً ومضامين سلبية، وأن أكثر القيم السلبية بروزا في المسلسلات الأجنبية التي تعرض علي شاشات التليفزيون العربية هي : الفردية والقسوة والعنف والتعصب والعدوانية والخيانة والسرقة والخداع، وأن هذه المسلسلات الأجنبية –لاسيما الأمريكية منها– تروج باستمرار الجوانب الانحلالية ، كإقامة علاقات جنسية غير مشروعة بين شباب الجنسين، كما أنها تعكس ضعف الروابط الأسرية والاجتماعية علي حد سواء، وأن معظم الموضوعات المقدمة في المسلسلات الأجنبية لا تتناسب مع

خطط التنمية ومستوى التطور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي في الدول العربية .

فالنماذج المستوردة لا تعكس الذاتية الثقافية لشعوب العالم الثالث، مما يلحق أضراراً بالغة بالثقافة المحلية ، ويجعل الأفراد يشعرون بالاغتراب الثقافي، الذي انتشر بسبب اعتماد وسائل الاتصال في الدول النامية علي هذه المواد، مما قد يؤدي ببعض الدول إلي الانغلاق الثقافي حرصا علي ثقافتهم .

فقد حلت الأخبار والأفلام والمسلسلات محل البنادق والمدافع والبوارج، وكما حاول المستعمر القديم أن يطمس الهوية القومية للشعوب المستعمرة حتى ترضى بالاحتلال العسكري ، فإن المستعمر الجديد يعمل علي الترويج للقيم والأفكار التي تعمل علي تشويه الهوية الثقافية لشعوب العالم الثالث بهدف تكريس التبعية الإعلامية أو الاستعمار الإعلامي الجديد.

ومن أهم آليات هذه الحرب، الفنون والإعلام وأنماط التفكير وأساليب التصرف، إضافة إلي القيم والمثل والتعليم وكل ما يكون التراث والتكوين الفكري والروحي للشعب العربي وسلوكه وتقاليده وطراز حياته ، أي ما يسمى بالشخصية الثقافية الوطنية والقومية أو الهوية الذاتية الثقافية، كل ذلك لسلب العرب عن عروبتهم وطمس قوميتهم وفرض الشعور بالغربة واقتلاع الأصول والجذور .

وترتب علي التبعية الإعلامية نتائج بالغة الخطورة علي وسائل الإعلام في الدول النامية منها :

- أن تزايد نفوذ وكالات الإعلان الدولية علي أسواق الإعلان في الدول النامية، يكاد يفقد وسائل الإعلام في هذه الدول استقلالها الفكري ، ويهدد بالقضاء علي أي أمل في تحقيق حرية الصحافة بشكل خاص ، فقد بات الإعلان اليوم المورد الرئيسي للصحف المعاصرة ، وكذلك قنوات التليفزيون الخاصة .
- أن تزايد اعتماد دور وسائل الإعلام في دول العالم الثالث علي الإنتاج الإعلامي الأجنبي ، من شأنه أن يخلق رأيا عاما منحازاً للمصالح غير الوطنية، وكذلك فإن استمرار سيطرة وكالات الأنباء الأجنبية من شأنه أن يستمر في رسم الصورة المشوهة لشعوب العالم الثالث في العالم الخارجي بفضل ما تحدثه تلك الوكالات من تحريف وتشويه وتلوين للأحداث التي تنقلها عن المجتمعات النامية عامة والإسلامي خاصة.
- في الوقت الذي تعاني فيه دول العالم الثالث في البنية الأساسية لوسائل الإعلام والاتصال ، فإنها تواجه في الوقت نفسه بفيض من المعدات الاتصالية المتطورة جداً في المجتمعات المتقدمة بالشكل الذي يهدد سيادة الدول النامية علي فضائها الوطني ، فأقمار الاتصالات الصناعية أصبحت تغطي كافة أجواء الدول النامية .

وبذلك فليس أمام هذه الدول النامية سوى أن تسير في أحد طريقين، طريق الاستسلام للتبعية الإعلامية، أو طريق تطوير وسائل الإعلام الوطنية بحيث تلبي الاحتياجات الإعلامية لمواطنيها.

فإذا كانت المنتجات الثقافية وبرامج التليفزيون تتدفق من الولايات المتحدة وأوربا إلي مناطق مختلفة من العالم، وتمثل سيطرة علي الأسواق الوطنية ، فإن المفكرين يخشون من أن يعوق هذا الفيض مسيرة التنمية المستمرة والحفاظ علي الثقافات الوطنية هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن استيراد هذه البرامج والمواد أقل تكلفة من إنتاجها في البلاد التي تبث فيها، بالإضافة إلي أن نسبة كبيرة من السكان بهذه المناطق يفضلون مشاهدة هذه المنتجات الغربية ، ومن الصعب جدا علي منتجي الثقافة المحلية من الكتاب ومنتجي البرامج والمسلسلات أن ينافسوا هذه المواد المستوردة ، كما أنهم يشعرون بضغوط متزايدة لتقليد هذه المواد الوافدة بدلا من إنتاج مواد تحمي الثقافة الأصلية والهوية الوطنية ، وبهذا يزداد أثر المواد الوافدة علي الأفراد والثقافة .

فالبث الوافد وما يمثله من غزو ثقافي لدول العالم الثالث إحدى ثلاث قضايا اتفق الباحثون علي كونها أهم قضايا الإعلام الدولي في مرحلته الراهنة ، خاصة بعض ظهور وانتشار الأقمار الصناعية واستخدامها من قبل الدول الغربية، بصفة عامة ، والولايات المتحدة بصفة خاصة ، لبث برامجها ومواردها التليفزيونية إلي شعوب ودول العالم النامي في عصر أصبح يسمى بعض السماوات المفتوحة، وهو ما يشكل تهديدا لسيادة هذه الدول النامية ، ومساسا بأمنها الثقافي الإعلامي.

حيث تعتمد ثقافة العولمة بصورة أساسية علي وسائل الإعلام السمع بصري التي أصبحت تغطي الكرة الأرضية عبر الأقمار

الصناعية واخترقت جميع القارات والدول والعواصم والريف والحضر لتمارس الهيمنة الثقافية في إحدى صورها ، وذلك لأسباب ترتبط بالمستجدات التي طرأت علي الواقع الثقافي الدولي خصوصاً بعد اختفاء الاتحاد السوفيتي وانحصار الصراع الأيديولوجي في الساحة الدولية ، وحلول الاختراق الثقافي محله، والذي يستهدف السيطرة علي الإدراك من خلال الصورة السمع بصرية سعيا للتأثير في الوجدان والفكر والسلوك والعمل علي تنميط الذوق وقولبة السلوك في أنماط استهلاكية لأنواع محددة من المعلومات والسلع والترفيه والتي تصبح من خلال التكرار السقف والمثل الأعلى لطموحات الإنسان وتحول دون البحث عن بديل أو الرغبة في التغيير .

فقد انتشرت الأطباق الفضائية في السنوات الأخيرة وتحولت إلي ظاهرة اجتماعية عامة وتوسع حجم الجمهور المشاهد للفضائيات وخاصة الشباب والمراهقين، وقد دفع ذلك الباحثين إلي الاهتمام بما تقدمه من برامج وتتبع الآثار التي يمكن أن تتركها البرامج المذكورة في أنماط تفكير وسلوك الجمهور المشاهد وفي مقدمتهم الشباب والمراهقون، وهو ما أدى إلي ظهور إشكالية كبيرة بين تأثير الفضائيات ومعرفة حدود وأبعاد التأثيرات السلبية الناتجة من مشاهدة برامجها المتنوعة .

فليس صحيحا أن العولمة الثقافية انتقال من حقبة الثقافات الوطنية والقومية إلي ثقافة عليا جديدة هي الثقافة العالمية أو الثقافة الكونية علي نحو ما يدعي ويروج مسوقو فكرة العولمة الثقافية ، بل إنها فعل اغتصاب ثقافي وعدوان رمزي علي سائر الثقافات ، أنها مرادف

للاختراق الذي يجرى بالقهر من خلال تكنولوجيا الاتصال فيهدر سيادة الثقافة في سائر المجتمعات ، ويذهب بالمحتوى الأخلاقي والإنساني لسلوك الناس .

ويعتقد معظم الخبراء أن الفضائيات الوافدة ستخلق الكثير من المشاكل أبرزها :

- عدم الاستقرار في العلاقات الاجتماعية التقليدية وربما حدوث اضطراب اجتماعي .
- التأثير في القيم والأفكار والمواقف والاتجاهات ، من خلال محو القيم المحلية واستبدالها بأنماط جديدة من السلوك والقيم الأخلاقية والعقائد التي قد تتعارض مع طبيعة الحياة العربية الإسلامية.
- إضعاف دور الأسرة التنشئة الاجتماعية ، وانشغال أفراد الأسرة بالفضائيات، مما يقلل من فرص الاهتمام بالواقع ويؤدي إلي الهروب منه بدلا من مواجهته.
- إحداث خلل في التوازن التنموي، وسيادة الروح الاستهلاكية وطغيان قيم وعادات مجتمعات تختلف بشكل كبير عن مجتمعاتنا .
- ازدياد الانحراف الاجتماعي بين المراهقين والشباب بسبب طبيعة المضامين الإعلامية للفضائيات الوافدة ، حيث تزداد أشرطة الجنس والعنف والمخدرات والرعب وأساليب الجريمة الحديثة في ساعات الإرسال اليومي لهذه المحطات التليفزيونية.

فلا يمكن إغفال الأثر الأخلاقي للبث المباشر بتفجير الغرائز والبحث عن سبل غير شرعية لتصريفها مما يؤدي إلي شيوع الرذيلة

وسهولة ارتكابها والدعاية إلي أمور محرمة ، كما لا يمكن إغفال الآثار الاجتماعية ، إذ إن الخطر يكمن في محاولات بث الاغتراب بين شبابنا وهي روح تنم عن اليأس ورفض الثقافة الإسلامية والوطنية والشعور بفقدان الذات ومحو الهوية ، ويرتبط بذلك الشعور بالوحدة والخوف وعدم الإحساس بتكامل الشخصية ، وهذا يؤدي إلي عدم الالتزام والانحلال والتفكك والتسيب .

ومن هنا فإن الحفاظ علي الهوية القومية الحضارية أصبح التحدي المطروح علينا بشدة في عصر السماوات المفتوحة التي تلتقط بالأقمار الصناعية التي تحمل مئات القنوات التليفزيونية من كل أنحاء الدنيا بما تحمله من تأثيرات مختلفة تشكل الفكر والوجدان علي السواء .

وفي الجملة تقدم الفضائيات للمواطن العربي ثقافات مختلفة عن واقعه، وهي تميل إلي التسلية وتمضية الوقت أكثر من إشاعة ثقافة جدية علمية، بل إن الخيال العلمي والخرافة والبعد عن الواقع وعرض أشياء غريبة عنه هي سيدة الموقف، فإذا كان الانفتاح مطلوب ، فمن الضروري أن يكون مضبوط وموجها بما يتلائم مع بنية الشخصية العربية وتطلعاتها من أجل مستقبل أفضل .

وقد كان من الطبيعي أن يكون أحد مواقع الرهان الأساسية للتنافس القائم اليوم بين مراكز الإنتاج والتسويق الفاعلة علي الساحة العالمية في مجال الصناعات الاتصالية (أجهزة ومضامين وخدمات) يكمن في كسب الشباب والمراهقين في العالم عبر وسائل تليفزيونية متنوعة ومشوقة ومثيرة تقترب من حاجاتهم وهمومهم وتطلعاتهم والأخطر

من ذلك تفاقم تعرض المراهقين والشباب لمئات القنوات الفضائية الأجنبية التي تمتلئ برامجها بأفلام العنف والجريمة والمغامرات والجنس، وبمضامين متناقضة في الأفكار والعقائد والقيم التي لا تتلائم مع واقع المجتمع المصري والعربي .

فالمرحلة التي تسبق مرحلة الشباب تعتبر المرحلة الأساسية لغرس المفاهيم وتثبيتها وتقبلها عند الإنسان ، إذ إن الفرد في هذه الفترة يكون سليم الفطرة لا يعلم أين تكمن مصلحته ، فنجده يقبل كل ما يعرض علي عقله دونما أدنى اعتراض ، ولقد أدرك الغرب هذه الحقيقة فساهم مساهمة جادة في تنمية عقليات أطفال العرب والمسلمين وتربيتها علي ما يخالف مبادئ دينها الحنيف .

باختصار هناك صناعة ثقافية إعلامية لا تعتمد علي المقاييس الفنية والجمالية بقدر اعتمادها علي الجذب والإثارة لتسطيح الفكر والحياة وخلق الوعي المشوه وإهدار الوقت وإضعافه ، وإضعاف مشاركة المراهقين والشباب في نشاطات قيمة مفيدة أو هادفة .

واللافت للنظر أن بعض الفضائيات العربية تساهم بشكل فعال مع القنوات الفضائية الأجنبية في نشر المادة الأجنبية ذات الطابع الثقافي الهابط والتي لا تتلائم مع الواقع الاجتماعي، وتتعارض مع التنشئة الاجتماعية المصرية والعربية والإسلامية ومقوماتها ، فهي تكرس صورة الحياة الاستهلاكية وتعرض مقومات الشخصية العربية والثقافية والقومية والدينية للتشويه والمسخ والاغتراب الحاد .

حيث تتسابق هذه المحطات العربية لإرضاء الأطفال والمراهقين والشباب واجتذابهم بأي صورة من خلال المواد الترفيهية ، وعرض الأفلام والمغامرات المليئة بالعنف والجريمة وقصص الحب والمغامرات العاطفية والإثارة ، بل إن بعض هذه القنوات الفضائية العربية أصبحت أشبه بنواد ليلية تقدم لجمهورها أنواع الإثارة الجسدية والغريزية بمواصفات قد لا تجدها حتى في القنوات الفضائية الأجنبية، ودونما وجود مقص الرقيب ودون اعتبار للواقع الاجتماعي العربي ومتطلباته .

كما أن الأغاني المصورة (الفيديو كليب) قد لعبت دورا كبيرا في خرق عقائد الشباب والمراهقين ونشر الفساد فيما بينهم ، وذلك بأن تمددت الأغنية كما تمددت الأفلام السينمائية وانحدر المؤلفون انحدارا شديدا وراء إثارة الغرائز والشهوات .

فقد أكدت إحدى الدراسات الحديثة أن الأغاني المصورة (الفيديو كليب) والتي تتمتع بفرص مشاهدة عالية من جانب العديد من الفئات وخاصة الشباب نظرا لجاذبيتها وسرعة إيقاعها ، وأكدت الدراسة أن القنوات الفضائية العربية تقدم أغاني أكثر إثارة للشباب من الأغاني المقدمة بالقنوات الأرضية ، وأن القنوات الفضائية المتخصصة تقدم أغاني تحتوي علي إثارة عالية أكثر من الأغاني المقدمة علي القنوات الفضائية العامة .

ويضاف إلي التأثير السلبي للأغنية العربية المصورة ، ذلك التأثير الأعمق من خلال الدراما الأجنبية وما تحمله من مضامين تحتوي

علـــي قـــيم العنـــف والإثـــارة وتـــؤدي إلـــي الاختـــراق والاغتـــراب الثقـــافي لمجتمعاتنا العربية.

فإن كل ما يتسلسل أمامنـا مـن أحداث فـي الأفـلام والمسلسـلات الأجنبيـة هـي جرائم قتل واختلاس واغتصـاب واختطـاف وسرقة كل هذه الأشـياء نراهـا ملفوفـة فـي أجمـل الثيـاب وأبهـى الأزيـاء تجسـدها أجمـل الفتيات وأشيك الفتيان ، فكل مـا تقـع عليـه العين فيما يتسلسل أمامنـا من أحـداث نظيـف وبـاهر وجـذاب وخـلاب فـلا نملـك إلا أن نبتلـع السـموم ونحتضـن المضـمون بمـا فيـه مـن انحـلال دون أن نفطـن إليـه، ويتمنـى الغالـب منـا أن يكون مثل هؤلاء الأبطـال ، وأن يمتلك مثل تلك البيوت وأن يرتـدي مثـل تلـك الثيـاب وأن يعـيش فـي تلـك الـوفرة ويسـتمتع بـذلك الثراء.

وبـذلك تمثـل الثقافـة الأجنبيـة القادمـة تحـديا للثقافـة القوميـة لأنهـا تعبـر عـن تيـارات واتجاهـات ومـذاهب وفكريـة تنتمـي فـي الأصـل إلـي مجتمعـات أكثـر تقدما وتطـوراً من المجتمعـات العربيـة ، كمـا أنهـا تحمـل في ثناياها بـذور السيطرة الثقافيـة الأجنبيـة علـي الثقافـة العربيـة، ويبـدو أن ثمـة اسـتعداد لـدى بعـض قطاعـات المجتمـع لتقبـل كـل مـا يقدمـه الغـرب خصوصـا مـن آراء وأفكـار وقـيم وأنمـاط سـلوكية واعتناقهـا والـدفاع عنهـا بغير دراسـة أو تمحيص، وقد يرجـع السبب في ذلك إلـي الشعور الكامـل بـالتخلف العـام أمـام الغـرب فـي مجـالات العلـم والتكنولوجيـا وكـذلك فـي الجوانـب السياسـية والاقتصـادية والعسـكرية ، والاعتقـاد بـأن هـذا التفـوق يسـتتبع بالضـرورة التفوق أو التقدم الثقـافي ومـن ثـم فـإن ذلـك يحـتم تقبـل

حصـاد الفكـر الغربـي وثقافتـه مثلمـا نتقبـل نتـائج البحـث العلمـي والتقـدم التكنولوجي .

فالأفكار التي تنقلها هذه الدراما الأجنبية والتي تعكس تقاليد وقيم المجتمعات الغربية، أصبحت مثالا يحتذي به بين الكثير من المراهقين، وأصبح هؤلاء المراهقون عرضة لغزو مركز من ثقافة البيتزا والجينز .

كمـا أن نسبة كبيرة من الطـلاب ينظـرون إلـي المـواد التليفزيونيـة الأجنبية بوصفها مصدرا للتعلم يستطيعون من خلالها رؤيـة عوالم جديدة واكتساب معلومات جديدة في مجالات مختلفة ، ونسبة كبيرة من الشباب الجـامعي يـرون أن هـذه المـواد الأجنبيـة إنمـا تعكـس واقعـا يشـبه واقعهـم وتعرض مشكلات تشبه مشكلاتهم وتخاطبهم بلغتهم التي يجيدونها .

من هذا المنطلق يرى بعض البـاحثين أن المراهقين فـي المجتمـع المصري يعيشون الآن حالـة يمكن أن نطلق عليها الـ "Anomy" بمعنـى افتقـار مجتمعهم إلـي القيم والمعـايير الواضـحة والضـرورية لتحقيق درجـة مـن التوافـق المقنـع مـع هـذا المجتمـع، بمـا يجعلهـم يسـلكون السـلوك الصـحيح، أو أنهـم يعيشـون فـي مجتمـع توجد فيـه معـايير وقيم لكن هذه المعايير وتلك القيم تتعارض مع بعضها البعض فيصعب عليهم الوصـول إلـي التصـرف السليم والحكم الصـحيح ، وبذلك فهم لا يشـعرون بـالانتمـاء إلي مجتمعهم بل ويشعرون بأنهم لا يملكون القدرة علي التغيير أو التـأثير فتتسـم تصـرفاتهم بعـدم المشـاركة فـي حـل مشـكلات مجـتمعهم، والسـلبية واللامبالاة، والبعد عن الواقع؛ ومن ثم الشعور بالاغتراب .

وقد توصلت بعض الدراسات أن هناك علاقة ارتباط إيجابية بين حجم التعرض للمواد التليفزيونية الأجنبية ومستوى الاغتراب الثقافي لدى الشباب الجامعي، حيث أن كثيفي التعرض لديهم مستوى اغتراب ثقافي أكبر من قليلي التعرض ، كما أن الطلاب الأكثر إدراكا لواقعية المضمون الأجنبي أكثر اغترابا من الطلاب الأقل إدراكا لواقعية هذا المضمون .

ولذا يمكن القول بأن العنف والجنس في الدراما الأجنبية علي جانب كبير من الخطورة علي المشاهدين عامة وعلي المراهقين بوجه خاص ، وذلك لطبيعة المراهقين أنفسهم وطبيعة المرحلة العمرية التي يمرون بها –حيث يحاولون إثبات ذواتهم خلال هذه المرحلة بشتى الطرق– ، وبحكم طبيعتهم الرافضة ورغبتهم في إثبات الذات ولفت الأنظار إليهم فقد يجدون في العنف سبيلا لتحقيق ذلك وهذا ما تعكسه الدراما الأجنبية لهم ، بالإضافة إلي أن المراهقين من الناحية الجنسية تزداد رغبتهم الجنسية ويزداد ميلهم نحو الجنس الآخر، وهو ما يشير إلي خطورة المشاهد الموحية للجنس علي المراهقين .

وتأسيسا علي ما سبق تعتبر الدراما الأجنبية أحد وسائل الغزو أو الاختراق الثقافي والذي يعد بدوره مقدمة للاغتراب الثقافي والذي ينبئ بدوره بضعف الهوية القومية ، فالمحتوى الأجنبي في المواد الإعلامية يحمل ويروج لقيم ومعايير واتجاهات وأساليب حياة اجتماعية وثقافية ودينية لا تتفق مع الواقع المصري ، مما يؤثر سلبا علي نظام القيم السائدة واستبدالها بقيم غربية ، ذلك أن ما يشاهده المراهق أو الشاب

علي شاشات التليفزيون ينعكس علي الواقع الاجتماعي والثقافي والديني لهم ويؤثر في سلوكهم وتصرفاتهم.

ومع التسليم بما سبق لا يمكن القول بأن كل ما تقدمه الدراما الأجنبية يمثل غزوا ثقافيا فإنها تعمل علي تجديد الثقافة الوطنية الراكدة في بعض الأحيان من خلال تطعيمها بنماذج وتطلعات عصرية جديدة تتعلق بالإبداع والأداء الرفيع والإيقاع السريع مع تشجيع التبادل الحضاري ونشر التسامح الثقافي بين الأمم والشعوب، ومع هذا فلا يجب أن ننسى أنها في بعض جوانبها تعمل علي حقن الوجدان القومي بقيم ومعايير وسلوكيات قد لا تتفق مع القيم والمعايير والسلوكيات الاجتماعية الأمر الذي يهدد النسيج الاجتماعي .

غير أنه لا يمكن أن نعتبر هذا البث الذي يأتي إلينا عبر الأقمار الصناعية كله شر ففيه الخير لو أحسنا التعامل معه لوظفناه للأهداف التعليمية والثقافية التي نسعى إليها.

علي الجانب الآخر فإن الثقافة المصرية والعربية كانت دائما منفتحة علي الثقافات الأخرى ، ومع ذلك فإنها لم تذب فيها لأنها ليست ثقافة هشة ، ولأن الشخصية المصرية والعربية لها جذورها في التاريخ، ولأنها تستند إلي مقومات دينية راسخة تعد وسيلة دفاعها الأولى وحصنها الأمين .

الفصل السادس
القنوات الفضائية

أولاً : البث الفضائي المباشر واستخداماته :

إذا كان الذين سيطروا على البحار منذ ثلاثمائة عام هم الذين يحكمون العالم ، فقد أصبح الفضاء هو المفتاح السحري في هذه الحقبة الزمنية ، ومن يملك هذا المفتاح هو الذي يسيطر وبالتالي هو الذي يقول ومن البديهي أنه سوف يحكم ، ومن هنا تمثل الأقمار الاصطناعية الحلقة الأبرز ضمن سلسلة الثورة التكنولوجية التي شهدها العالم ، إذ أن استخدام الفضاء الذي أضاف مجالات لم يعرفها التاريخ البشري من قبل يؤكد مدى سيطرة الإنسان على البيئة الأرضية التي يعيش فوقها ، والنتيجة أن من يملك التكنولوجيا المتقدمة في مجال الاتصال هو الذي يملك أداة الغزو.

ومع بداية ما يمكن أن يدعى بالعصر الفضائي لمعظم دول العالم قاطبة كانت واحدة من أ÷م القضايا المطروحة على القنوات الفضائية في مختلف دول العالم كيفية اضطلاع تلك القنوات بالحفاظ على الهوية الثقافية لصاحب القناة ، ولم يكن ذلك قاصراً على الدول النامية أو الأقل تقدماً فحسب ، بل إن الدول المتقدمة أيضاً وضعته ضمن أولوياتها ، ففي حين وافقت تلك البلدان على اتفاقية الجات للتبادل الحر بين جميع دول العالم ، فإنها توقفت بتردد شديد أمام بند واحد من بنود الاتفاقية ، و هو المتعلق "بالثقافة والإعلام" ، ولجأت الموافقة عليه لأن كل دولة تخضع من فقدان هويتها الثقافية أمام اجتياح التأثيرات الثقافية والإعلامية الأجنبية.

لقد كانت الطفرة التكنولوجية الأكثر تأثيراً التي حدثت مع مطلع الثمانيات عندما استخدمت الأقمار الاصطناعية للبث التلفزيوني المباشر "“ Direct Broadcasting Satellite" : "DBS" ، حيث يعرف هذا النوع من الأقمار الاصطناعية للبث التلفزيوني المباشر بأنها الأقمار

الاصطناعية التي تمتلك القدرة لتوزيع الإشارات المرسلة إليها من محطة أرضية ، تدعى الوصلة الصاعدة " Up-Link " بشكل مباشر لجميع أجهزة الاستقبال المنزلية المنتشرة في جميع الأرجاء التي يغطيها من الكرة الأرضية ، ووفق هذا النظام أمكن نقل المواد والبرامج التلفزيونية مباشرة من القمر الاصطناعي إلى أجهزة الاستقبال في المنازل دون المرور على المحطات الأرضية أو النظم الكابلية .

لقد رافق هذه الخطوة زيادة كبيرة في ظهور القنوات الفضائية الدولية المتعددة التي يمكن استقبالها مباشرة باستخدام أطباق استقبال صغيرة الحجم ، والتي يصل قطرها لأقل من متر واحد فقط (حوالي ٧٠ سم) ، وهذا كله شجع الدول والشركات والمؤسسات المختلفة على مزيد من الاهتمام ببناء أنظمة البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الاصطناعية وتطويرها ، مما دفع عدد الأقمار الاصطناعية الخاصة بالبث المباشر يبلغ حسب التقويم الدولي للأقمار الاصطناعية في عام ١٩٩٢-١٩٩٣ ثمانية أقمار ، في حين رصدتها بعض المصادر العربية الأخرى بعشرة أقمار منها خمسة أقمار أمريكية.

قدمت الأقمار السابقة مستفيدة من التطور التقني الكبير في مجال البث المباشر وما أفرزته من كم هائل من المحطات الفضائية لمجموع الهيئات الجماعية والفردية أغراض عدة أهمها :

- تقديم خدمة متاحة للجميع من خلال إشارات بث أعلى عن طريق هذا النوع من الأقمار الاصطناعية ، مثل تلفزيون إيطاليا وأسبانيا والقناة الفرنسية الثانية.
- توصيل إشارات البث لجميع أنحاء أراضي الدولة ، مثل السعودية ودول الاتحاد السوفيتي السابق وإيران ولبيا وتركيا وكندا.

- الإعلام الدولي ، وذلك بتوصيل خدماتها إلى جميع التلفزيونات التي ترغب في استخدامها ، مثلما فعلت وكالت الإعلام الأمريكية ابتداءاً من عام ١٩٨٣.
- استخدام لأغراض تجارية ، مثل القناة الفرنسية “Canal Plus” والقناة البريطانية “Sky Chanal” وقناة " CNN". وغيرها من القنوات التي تقدم خدماتها للمستفيدين بأجر

لقد واجهت وتواجه محطات التلفزيون التقليدية تهديداً مباشراً من جانب الأقمار الاصطناعية والبث المباشر ، حيث حرم هذا البث محطات التلفزيون من ممارسة دور حارس البوابة ، كما أن الدول المختلفة فقدت سلطاتها في التحكم والرقابة لما يشاهده الناس في منازلهم، مما سبب قلقاً شديداً للعديد من دول العالم على القيم والثقافات السائدة ، وعلى علاقة الجمهور بالنظم السياسية ، كما ألقى بظلال كثيفة على مستقبل تلك النظم ، و مدى قدرتها على الاستمرار ، وعلى الرغم من أن البث الفضائي التلفزيوني المباشر أضحى أمر واقع ، ومضى عليه من الزمن ما يجعل تلك القنوات التقليدية والنظم التي تقف ورآها تسلم بالوضع الحالي .

إلا أن هذا لم يمنع من استمرار تعالي الأصوات وتشدد المواقف لمواجهة ما يمكن مواجهته للحفاظ على الهوية والتراث والموروث الثقافي والحضاري والأخلاقي للشعوب كافة ، و هذا ما سيحاول البحث التالي إلقاء الضوء عليه من خلال إبراز أهم المفرزات التي رافقت تطور البث الفضائي عموماً والمصطلحات المرافقة لانتشاره وتناول تفاصيل انعكاسات البث الفضائي المباشر على المنطقة العربية وواقعه .

ثانياً : ما أفرزه البث الفضائي من متغيرات على الواقع الدولي :

لقد فرضت التطورات المتلاحقة لتكنولوجيا الاتصال بروز مفاهيم ومصطلحات عدة جديدة تعكس حالة القلق والتوجس التي سادت الدول الأقل تطوراً ، كمصطلح " تفجر المعلومات ، information

"Explosion " ومجتمع المعلومات ، information Society ،
وظهرت "قواعد معقدة من شبكات المعلومات "Data Bases" ، و
"سوء توزيع المعلومات Misdistribution" ، و"إمبريالية وسائل الإعلام" ، و "الاستعمار الإلكتروني" ، و"الاختراق الثقافي" ، و"الغزو الثقافي" ، و"الاستعمار الثقافي"و"القرية الكونية" و "أولوية التنمية الثقافية" و سواها من المفاهيم الجديدة التي تستحق التطرق والعرض ، حتى أن التعبير عن العالم اليوم بأنه قرية إلكترونية صغيرة لم يعد يحمل معه شيئاً من الاستعارة أو المجاز ، بل يمكن التأكيد أن العالم اليوم بأنه قرية إلكترونية صغيرة لم يعد يحمل معه شيئاً من الاستعارة أو المجاز ، بل يمكن التأكيد أن العالم لم يعد يزيد في مكوناته وفعالياته عن رقعة من رقيعات اللعب الإلكترونية.

وبالرغم من أن بسط النفوذ على الفضاء والتحكم فيه يعد ذاته إنجازا بشرياً من أهم إنجازات القرن العشرين ألا أن هذا الجهد البشري الفذ كثيراً ما تبطن عن أهدافاً غير معلومة بإزاء الأهداف المعلومة ، كاستفراد الغالب بالمغلوب ، والقوى بالضعيف ، وما ينجم عن ذلك من تفتيت بطئ وتدريجي للهويات الثقافية للأمم الناشئة أو حديثة التحرر ، وبالتالي فإن تطورات هذه الحقبة الزمنية يوضح بجلاء أن مدار الصراع مستقبلاً هو الحلبة الثقافية ، والقدرة على المنافسة ، وجذب الجمهور ، وإقناع المشاد الذي لم يعد لأحد القدرة على فرض وجهة نظره عليه ، أو إجباره على الاختيار ، أو محاصرته.

لقد أفرز البث الفضائي وتسارع غزو الفضاء والبث المباشر كثيراً من المتغيرات الفكرية والثقافية والإعلامية على مجمل دول العالم وحضاراته المختلفة ، **وفيما يلي عرض لأهم هذه المتغيرات :**

١) بفضل البث الفضائي فقدت الحكومات الوطنية احتكار البث التليفزيوني الذي يتلقاه مواطنوها ، الأمر الذي صعد من درجة المنافسة ،

وخاصة في ظل قنوات تجارية محلية ، مما جعل بعض الحكومات النامية تضع إطاراً تنظيمياً يمنح فرصاً أكبر للمحطات المحلية لتخوض منافسة بفاعلية أكبر.

٢) تداخلت العلاقة بين الاتصال والثقافة وتشابكت في ظل البث الفضائي المباشر إلى الحد الذي جعل الباحثون ينظرون إلى الاتصال والثقافة باعتبارهما وجهان لعملة واحدة ، خاصة أن تطور وتنوع هذا البث جعل وسائل الإعلام عامة والتي تستفيد من تقنيات الفضاء خاصة كالصحف الإلكترونية والقنوات الفضائية تبرز على مجمل ميادين المعرفة، مستمدة قوتها من التقدم الذي أصابها ، مما جعلها لا تمارس دوراً إعلامياً فحسب ، لكنها تمارس أيضا دوراً ثقافياً ذا طبيعة خاصة، وبالتالي أضحى الإعلام هو القنوات التي تصب فيها الثقافة كمضمون راسخ وقوي، ولقد حدد المؤتمر العالمي بشأن السياسات الثقافية الذي دعت إليه اليونسكو في المكسيك (١٩٨٢) طبيعة هذه العلاقة بين الثقافة والإعلام عموماً بعبارات محددة جاء فيها : "لو تساءلنا حول ما إذا كانت الثقافة والإعلام شيئاً واحداً، وأن الثقافة إن هي ألا الرسالة التي يتولى الإعلام نقلها ، وفي كل الأحوال فإن الاتصال هو أحد العناصر المكونة للثقافة ، لانه مصدر تكوينها وعامل من عوامل اكتسابها وتراثها ، وانه يساعد على التعبير عنها ونشرها.

٣) على الرغم من الفرص المشار إليها ألا أن عالمية البث التليفزيوني أثرت بشكل سلبي على الثقافات الوطنية ، خاصة انه في ظل تزايد البث الفضائي المسموع والمرئي برزت الحاجة إلى آلاف الساعات لملئ وقت الإرسال الأمر الذي تقف عنده الحدود الإنتاجية لكثير من الدول عاجزة عن تلبيته ، وقد برزت هذه المسألة في جميع الدول النامية ، كما برزت في أوروبا ، وخاصة فرنسا ، خوفا من تأثير الطابع الأمريكي على دول أوروبا .

٤) استطاع الإعلام في زمن البث الفضائي بوسائله المختلفة أن يقدم فرصة يمكن استغلالها للمؤسسات والهيئات والدول التي تخطط بشكل سليم بأن يكون إعلامها تعبيراً وانعكاساً حقيقياً لجميع الأنماط والرؤى الثقافية السائدة في مجتمع ما ، وبدون استثناء ، لما يمتلكه هذا البث من مساحة بث وقدرة على اختراق الحواجز الجغرافية والأمية ، بما يحقق "الثقافة المتوازنة" ، وهي الثقافة التي توازن بين جوانبها المختلفة ، وتعبر عن كل طبقات وفئات وشرائح المجتمع ن وتستوعب كل الأفكار والأنماط والقيم الثقافية ، وتحافظ على السمات الأساسية لتاريخ المجتمع وتراثه ن وتأخذ ما يلائمها من الثقافات الأخرى ، وتنسجم معها ، وتختار لغة مشتركة ليست بالخاصة الصعبة ، ولا بالعامة المبتذلة ، وإنما لغة ميسرة يفهمها الجميع ويمكن تداولها بسهولة ، فهي كالدم في جسد المجتمع ، يغذي حضارته ، ويحمل أفكار النخبة كما يحمل أفكار العامة.

٥) في زمن البث الفضائي سقطت الأيديولوجيات الكبرى ليقوم مكانها عصر المعلومات ، حيث إدارة المجتمع على أساس التقدم العلمي والإنجاز الفكري والحضاري ، بدلاً من المعتقدات السياسية الثابتة ، وبالتالي انتهى عصر الاستقطاب الذي جعل من ثقافات الدول النامية ثقافات تابعة لهذا المعسكر أو ذاك.

٦) تغير المفهوم التقليدي للأمية ، إذ أصبح الجهل لا يقتصر على تعلم مهارات القراءة والكتابة ، وإنما أصبح مرادفاً لعدم القدرة على استخدام التقنيات الحديثة ، وعدم الوعي بالأفكار والأحداث المطروحة على الإنسانية ، وهو الوعي الذي يتلقاه المواطن عن طريق وسائل الإعلام .

٧) إن عدم قدرة البث الفضائي على إلغاء وسائل الإعلام الجماهير أو التقليدية أو تعويضها زاد من قوة العلاقة التكاملية بينه وبين تلك الوسائل الإعلامية وخاصة في أداء المهمة الثقافية لتحقيق عملية الاتصال بالمستوى المنشود في المجتمع .

٨) على الرغم من أن البث الفضائي نشر معلوماتية وثقافة الصورة بشكل واسع إلا أنه لم يستطع أن يلغي خصوصية الوسائل الإعلامية الجماهيرية الأخري ، فالبرغم من المنافسة الشديدة والعقبات بقى لكل وسيلة إعلامية خصوصيتها التي لم تجعلها يوماً تفقد شعبيتها ومكانتها ، بل أجبر هذا كل وسيلة إعلامية على أن تجد لها مجالاً جديداً تستطيع من خلاله أن تلبي للجماهير حاجات لا يمكن لأية وسيلة اتصال أخرى تلبيتها ، وأن تخاطب جمهورها في الأوقات والظروف التي لا تصل فيها ألا طبيعتها الخاصة ، وبالتالي لم يستطع البث الفضائي بالرغم من إمكانياته وبريقه من احتكار الوظيفة الاتصالية في كثير من المجتمعات.

٩) لم يستطع البث الفضائي الوافد المستند إلى التكنولوجيا الحديثة كذلك أن يلغي أو يكون البديل في كل الأحوال عن الوسائل الإعلامية التقليدية ، على الرغم من أنه قدم نفسه ليس فقط كوسيلة لنقل الإنتاج الثقافي والإعلامي بل كونه وسيلة من وسائل إنتاجه ، لكن بقى لهذا الإنتاج سماته الخاصة من حيث الشكل والمحتوى ، والتي تختلف كلياً أو جزئياً عن سمات الإنتاج الثقافي والإبداعي في الوسائل الأخرى ، وإن كانت تتأثر به أشد التأثير.

١٠) ظهور ما يسمى بالنظام العالمي الجديد الذي يعتمد في جانبه الاقتصادي على فتح الأسواق للسلع والخدمات ، وإزالة المعوقات الاقتصادية ، وحرية تتدفق الأموال والموارد وفي جانبه الثقافي على مبدأ الاعتماد المتبادل بين الشعوب ، والاعتراف بحق كل شعب في خصوصيته الثقافية ، وإسهامه في مسيرة الحضارة على قدم المساواة مع الثقافات الأخرى ، كما ظهر ما يسمى بالنظام العالمي للأخبار ، مع ظهور الشبكات العملاقة مثل شبكة الأخبار الأمريكية " CNN " والخدمة الدولية لخدمة الإذاعة البريطانية " BBC " ، إضافة لظهور ما

يسمى بالمواطنة الكوكبية نتيجة تدفق الأنماط الفكري والثقافية عبر وسائل الاتصال الإلكترونية والأقمار الاصطناعية.

ثالثاً : المصطلحات التي أفرزتها حقبة البث الفضائي المباشر :

- **التدفق الإعلامي والاختراق الثقافي :**

لا تقف وراء المرحلة الجديدة من الاختراق الثقافي مدافع الاستعمار ولا أجهزة الدعاية المقاومة ، بل يقف وراءها ذلك التطور الهائل الذي عرفته وسائل الاتصال السمعية والبصرية ، لدرجة أنه في العام (١٩٨٨) ، أصدر "الكوميسر الأوربي في الثقافة "كارلوريبا دي مينا وزير الثقافة في السوق الأوربية المشتركة " بياناً حول الفضاء السمعي البصري الأوربي في عالم توحده ثقافياً الصور والرسائل الأمريكية ، التي تذاع وتنشر عبر الوسائل السمعية والبصرية المتطورة ، مؤكداً على الأخطار التي تنجم عن فقدان أوربا الصورة والتأثير في العالم.

ويعني مفهوم الاختراق الثقافي مجموعة من الأنشطة الثقافية والإعلامية والفكرية التي توجهها جهة أو عدة جهات نحو مجتمعات وشعوب معينة بهدف تكوين أنساق من الاتجاهات السلوكية والقيمية ، أو أنماط وأساليب من التفكير والرؤى لدى تلك المجتمعات والشعوب بما يخدم مصالح وأهداف الجهة التي أو الجهات التي تمارس عملية الاختراق هذه بمضمونها الثقافي والحضاري.

أما التدفق الإعلامي فهو يشير إلى هذا الكم الهائل من المعلومات والآراء والقيم والمعتقدات والتقاليد التي تتدفق بشتى الطرق ، من أهمها وسائل الإعلام ، في ظل مبدأ فتح الأبواب للمعلومات والآراء وليس إغلاقها ، وقبول تعددية التيارات الفكرية وليس حصرها ، والاعتراف بالآخر وليس رفضه ، لكن واقع الحال يؤكد أن عدداً من دول العالم

وعلى رأسها الولايات المتحدة الأمريكية استغلت هذه المبادئ وسخرتها للاختراق.

- **العولمة الثقافية والإعلامية :**

يمثل الإعلام إحدى الركائز الأساسية التي قامت عليها العولمة ، فبغير الإعلام كان مستحيل للعولمة أن تحدث ، وبالتالي فإن الحديث عن العولمة وعولمة الإعلام لابد أن يستدعي التطرق لدور الإعلام في العولمة.

ويعد مصطلح العولمة من المصطلحات الجديدة القديمة ، إذ يعتبر البعض أن العولمة ظاهرة قديمة ومستمرة ارتبطت بتطلعات الإنسان إلى خارج حدوده ، أما في البحث عن سلع أو تصديرها ، إلا أن ظهور الثورة الاصطناعية وفائض السلعة والحاجة للبحث عن أسواق جديدة ، والربح المستمر شكل بداية واضحة للعولمة ، في حين يراها البعض الآخر ظاهرة إنسانية جديدة تماماً تميز فيها عند عقد لتسعينات، ولم تعهد البشرية مثلها من قبل ، وبغض النظر عن تاريخية هذه الظاهرة فإن المقصود الأشمل بمضمونها أن يتقارب البشر وتذوب بينهم الفوارق في الفكر واللغة والمعتقدات وأشكال التبادل التجاري والاصطناعي، أي صبغ العالم بصبغة واحدة في أي مجال من المجالات ، وبالتالي يقترب العالم البشري من التوحد في كل شيء وتذوب كل الفواصل والحواجز بينهم ، سواء كانت حواجز زمانية أو مكانية ، بحيث يصبحون كأنهم يعيشون في قرية واحدة ، بل في أسرة واحدة.

والعولمة في معناها اللغوي وهي من أبنية الموازين الصرفية العربية ، وتفيد وجود فاعل يفعل تماماً مثل الاشتراك "Zation " في اللغة الانجليزية ، وبالتالي يشير المدلول اللفظي للعولمة إلى اتجاه البشر إلى الاشتراك في هوية سياسية واقتصادية وثقافية واحدة.

ويـرى "واتـرز" فـي أن ديناميكيـات العولمـة تظهـر فـي ثلاثـة مجالات رئيسية للنشاط الإنساني ، هي : (الاقتصاد والثقافة والسياسة) ، باعتبار أن كل مجال من هذه المجالات يحتوى على شكل مميز من أشكال التبادل ، و هذا ما وجده "مارك فيرو" الذي اعتبر أن العصر الحاضر إنما هو نتاج أربعة عولمات أسهمت كل منها بعقدة "التوحيد أو أيديولوجية التطابق " ، وهي :

- عولمة الاقتصاد.
- وعولمة البيروقراطية.
- والعولمة العلمية خلال القرن السابع عشر.
- ثم مرحلة الإعلام والاتصال ، وهي تؤرخ لمرحلة توحيد الخير ، حيث تقترح أن :"التلفزة عن الصومال مثلاً تقدم نفس الصور لمشاهدي لندن ، وريو ، وأوكلاهوما......

في حين يعرف "ريكاردو بتريلا" العولمة بأنها مجموعة المراحل التي تمكن من إنتاج وتوزيع واستهلاك السلع والخدمات من أجل أسواق عالمية منظمة أو ستنتظم وفق معايير ومقاييس دولية ، ومن طرف ولدت أو تعمل على أساس قواعد عالمية بثقافة منفتحة على المحيط العالمي ، وانطلاقا من هذه التحديات يقول "فريدمان بروف" عن العولمة الثقافية أنها إلى حد بعيد انتشار للأمركة ، فهي لها وجه "أمريكي مميز ، وهذا ما جعل "مارتن ولف" يصف العولمة بأنها عملة غسيل حقيقية للأمدغة" ، وذهب "هاني بيتر وهارلد شومان" لأبعد من ذلك حين اعتبراها نذير شؤم على العالم بأسره، أما "الجابري" فوصف العولمة بأنها تطرح أدواراً غير مرئية، ترسمه الشبكات العالمية بقصد الهيمنة على الأسواق والأذواق والفكر والسلوك.

وتعددت الأفكار والأطروحات التي دارت حول عدة نقاط أبرزها هو أن احتفاظ الثقافات بأصالتها هو الذي يمكنها من التطور بشكل متناسق، ومن النمو وإقامة علاقات مع الثقافات الأخرى، تقوم على الحوار والتبادل المثمرين ، فالحيوية الثقافية للأمة لا يجب أن ترفض الانفتاح والتفاعل البناء مع الثقافات الأخرى ، وقد التقت دول العالم حول أن مطالبة دول هذا التصنيف العالمي بنظام جديد جاء نتيجة التقاء ثلاثة شكاوي قدمتها تلك الدول ضد النظام السائد ، وتتلخص هذه الإشكاليات في :

- **أولاً** : سياسة الصمت حول مجمل القضايا الحيوية في دول العالم الثالث كقضايا النضال لاستكمال الاستقلال السياسي والثقافي والاقتصادي ، ومشكلات التنمية في هذا العالم.
- **ثانياً :** التشوية الذي تزخر به الأخبار المنشورة في صحف وإذاعات دول الشمال عن دول الجنوب.
- **ثالثاً :** الدعاية الثقافية المضادة الموجهة من دول الشمال إلى دول الجنوب.

من هنا تبنت "اليونسكو" طرح ولازالت تحاول آلية مواجهة تحديات العولمة تحديات العولمة والنظام العالمي الجديد ، وأقرب مقترحات دولها ولازالت تحاول دراسة واقع واحتياجات تلك الدول وتأمل بضرورة التعجيل بإقامة نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال ، يستهدف إقامة علاقة مساواة بدلاً من العلاقة الحالية القائمة بين الذين يسيطرون ، والذين يخضعون للسيطرة.

واستناداً إلى ما سبق ظهر التساؤل الأعمق لكل مثقفي الدول التي لا تستطيع أن تواجه تقنياً أو مادياً وإنتاجاً ما تصدره الأفكار الغربية، وخصوصاً القادم من موجات أثير الفضاء الأمريكي الذي مكنته الثورة التكنولوجية من فتح جميع الأبواب والحدود أمام ما يريد أن يصدره بدون دعم عسكري أو مادي ملموس ، فأضحت أفكاره تدخل كل بيت دون استئذان ، ويتمثل هذا التساؤل في كيفية مواجهة (فخ) العولمة هذا، والتعامل مع هذه التغييرات الدامغة والتي فرضت على كل إنسان ومجتمع في هذا العصر.

- **الأمن الثقافي :**

تبدو مظاهر المس بالأمن الثقافي من خلال مجموعة من الاعتداءات الثقافية على حضارة وثقافة الدول الأقل قدرة على مواجهة تحديات الغزو الفضائي ، ومن هذه الاعتداءات أعمال الطمس والعزلة اللغوية والتسلط والسعي لإذابة المقومات الثقافية ، وتشوية الطابع الحضاري ، ووضع الحواجز بين المناطق ، وقطع الوصل بين الأجيال ، ذلك أن التشوية في مستوى البرمجة المعلوماتية أصبح ميسوراً للغاية نتيجة تطور تقنيات الاتصال الحديثة ، وهذا ما تطرح السؤال الملح والدائم كيف يمكن تجنب خطر الهيمنة من جانب كبار المنتجين للبرامج المنوعة ؟ .

ويرى "مصطفى المصمودي" أن مصطلح المجتمع الإعلامي وأمنه الثقافي قد تكرس في المستوى السياسي " Information Society " منذ إعلان الإدارة الأمريكية في سنة ١٩٩٣ خطتها الإنمائية الجديدة آنذاك ، والتي أطلقت عليها اسم الطريق السريع للإعلام " Information Super Highway " وتقوم هذه الطريقة على الاعتماد على الشبكات التفاعلية ذات التدفق العالي ، ومن حينها تواصل الدول الاصطناعية الكبري مشاوراتها للاتفاق على أرضية مشتركة من أجل المساهمة في إرساء المجتمع الإعلامي الذي سيغمر العالم بأسره.

- **أولوية التنمية الثقافية والاجتماعية والسياسية :**

مع زيادة الاهتمام بالتنمية الثقافية والاجتماعية والسياسية وطرحها كأولية لكثير من الدول على الصعيد العالمي منذ نهاية العقد قبل الأخير من القرن الماضي تعددت الشروحات والتعاريف للتنمية الثقافية ،

ويعد مفهوم التنمية عموماً مصطلح مشتق من كلمة "نمو" والنمو يطلق عادة على الهيكل المادي للكائن ، سواء كان نباتاً أو حيواناً أو إنسانا.

إن مفهوم التنمية الذي قدمه بادئ الأمر تقرير الأمم المتحدة الإنمائي عام (١٩٩١) اقتصر بوصف التنمية على أنها أساس النقلة المرغوبة في تحسين الأحوال المعيشية ، ودون هذه التنمية الاقتصادية لن يكون تنمية بشرية ، فسرعان ما اتسع هذا المفهوم ليشمل حقوق الإنسان ومدى المشاركة المجتمعية ، حتى أن التقرير الإنمائي للأمم في العامين التاليين (١٩٩٢ / ١٩٩٣) نقل تركيزه إلى مبدأ المشاركة السياسية كعنصر أساسي في التنمية البشرية.

- **الثقافة الوسائطية :**

يعد انتقال المضمون وتبادل الثقافة بهذه الطريقة الوسائطية أمراً لا يمكن منعه في ظل هذا التطور التقني المرعب لثورة الاتصالات إلا أن ما ندركه من هذه الثقافات مسؤولية كل وسائل الاتصال العاملة في الوسط المحيط ، وبالتالي لابد من تفعيل المسؤولية الأخلاقية للقائمين عليها والالتزام الشخصي تجاه مجتمعهم .

وقد برزت الثقافة الوسائطية مع تعمق تصور الذات الإنسانية عن الوجود والعالم بفضل التطور الذي شهده حقل التواصل ، وذلك كمقياس جديد ومعيار نوعي لإعادة بناء الأمة والمعرفة وإعادة إنتاج القيم والسلوكيات والمواقف ، وتأسيس نمط جديد للتواصل الدولي من خلال تحق نسق للعلاقات والروابط الثقافية على مسارين متباينين ، الأول الاختراق التام للثقافات ، والثاني إقرار نموذج تفاعلي بين الثقافات المنفتحة لتبادل مضامين التجارب الإنسانية والتراث الحضاري .

- الواقع العربي في ظل مصطلحات البث الفضائي :

أبدى المثقفون العرب منذ الوهلة الأولى مخاوفهم حول موقع الثقافة العربية مع سيادة البث الفضائي التليفزيوني المباشر ، وطرحوا تساؤلاتهم إلى أي مدى يمكن أن تؤثر كل هذه الخطط والمشاريع بالسلب عليها ، وهل يمكنها أن تصمد أمام صادرات الفكر الغربي التي أضحت بفضل هذا البث الضيف الظريف لمعظم بيوت الشارع العربي .

ولقد وقف المنظرون والباحثون العرب أمام هذا التوجس وقضية الغزو الثقافي الوافد هذه ضمن ثلاثة تصنيفات هي :

- فريق رافض لثقافة الغرب وقيمها كلية باعتبارها ثقافة مادية وغازية ومستلبة ، ومن ثم يرى في مواد البث الوافد خطراً على قيمنا ، واختراقا لثقافتنا .

- فريق متقبل لثقافة الغرب وقيمها كلية باعتبارها الطريق الوحيد إلى بوابة الحداثة والعصرية ، ومن ثم يرى هؤلاء في البث الوافد اتصالا حضاريا وتلاقحا ثقافيا أكثر منه غزواً فكرياً أو هيمنة ثقافية .
- فريق وسط يرى ضرورة الأخذ من الغرب دون الوقوع في التغريب أو الاغتراب فلابد من معرفة الآخرين والانفتاح عليهم ، دون التوحد معهم أو الانصهار في ثقافتهم .

لكن يبقى السؤال المشروع في ظل هذه التباينات أين يقف الوطن العربي من هذه المتغيرات ؟ وكيف يمكنه مواجهتها .

وهل يصلح الحل الذي طرحته دون العالم الثالث لحماية الثقافة والفكر والتقاليد والحياة العربية من المحافظة على أصالة ثقافتنا هو الذي سيمكنها من التطور بشكل متناسق ، ومن النمو وإقامة علاقات مع الثقافات الأخرى ، تقوم على الحوار والتبادل المثمرين ، لأن الحيوية الثقافية للأمة لا يجب أن ترفض الانفتاح والتفاعل البناء مع الثقافات الأخرى .

في البداية لأن قراءة دقيقة لمعطيات الواقع بعيداً عن ما يبدو منه قاتماً لا يجب أن نبالغ في حجم التأثيرات السلبية لعالم ما بعد "العولمة" ، وهذا ليس تقليلاً من حجم تلك التأثيرات ، ولكن إيماناً بأنه ربما كان لدى العرب الكثير مما يستطيعون عمله ، والقيام به فيما لو توحدت الجهود وخلصت النوايا ، وخاصة استناداً للامكانيات البشرية والاقتصادية التي يمتلكها ، وللبعد الحضاري الذي يمتاز به إضافة لما يجمع الشعوب العربية من أواصر الدين واللغة والتاريخ والواقع الحضاري الذين يبررون أهمية قيام تجمع ثقافي تتوحد فيه الجهود لدعم التعاون في المجالات الثقافية والإعلامية بما يجعل من اليسير على تلك الشعوب أن تتفق على السبل والوسائل الكفيلة بالحفاظ على هويتها الثقافية وذاتيتها الحضارية في ضوء ما يواجهها من تحديات فرضها عالم "العولمة" .

كما يأتي التفاؤل أيضا إيماناً بأن الوقت لم يفت بعد ، وان مفهوم "القطب" الواحد في السياسة الدولية لن يستمر طويلاً ، وأن عهد انفراد

أمريكا بقيادة العالم سوف تصادفه العديد من العقبات ، لأن هناك قوى إقليمية أخرى سوف تتشكل في السنوات يكون من شانها إيقاف المارد الأمريكي أو على الأقل الحد من حركته .

خامساً : توزيع القنوات الفضائية العربية على خريطة البث الفضائي:

يعتبر القمر الاصطناعي العربي مشروعا حيويا لتعزيز الوحدة الفكرية ومواكبة جادة تسمح على إيجاد منهج عربي للاتصالات الفضائية له خصوصيته وتحقيق التنمية وسد النقص الثقافي والتربوي والتعليمي الذي تعاني منه المؤسسات الإعلامية والتليفزيونية من جهة وإيجاد مواد وبرامج مخططة تساعد على بناء الإنسان العربي بناء قويا يدرك زيف الدعايات المعادية والمغرضة من جهة أخرى ، وقد ظهر الاهتمام العربي بامتلاك تقنية البث الفضائي التليفزيوني لأول مرة عام ١٩٦٧ عندما أوصى مؤتمر وزراء العرب المنعقد في تونس (ضرورة استخدام التكنولوجيا الحديثة التي توفرها نظم الأقمار الاصطناعية في تطوير وسائل الإعلام العربية) ، لكن دخول العرب الفعلي نادى الأقمار الاصطناعي كعضو يرتاد عصر الفضاء لأول مرة ، بدأ مع إطلاق القمر الاصطناعية العربي –عربسات- في فبراير ١٩٨٥ معلناً دخول العرب في نادي الأقمار الاصطناعية ، مبشراً باستخدام يعود بالإفادة والتطوير على جميع الدول العربية ومواطنيها عبر الإفادة من إمكانيات وميزات البث الفضائي .

وكتحضير لهذه الخطوة كان شكل قبلها اتحاد الإذاعات العربية "ASBU" في ٩/فبراير عام ١٩٦٩ ، المعلن اثر اجتماع الخرطوم ، ليجمع الإذاعيون العرب لأول مرة في شكل اتحاد مهني يضمهم ويسعى لتقوية أواصر الإخوة بينهم ، وترقية الأداء الإذاعي العربي ، وقد تداول المجتمعون في هذا اللقاء الكثير من المواضيع التي تتعلق بتحقيق الأهداف الواردة في اتفاقية الاتحاد ، والصادرة عن جامعة الدول العربية، وكان من أبرزها الكيفية التي يمكن من خلالها تحقيق قرار

وزراء الإعلام العرب في بيروت ١٩٦٧ حول آلية استخدام التكنولوجيا الحديثة في تطوير الإعلام العربي ، وخدماته التعليمية وعلى اعتبار أن الأقمار الاصطناعية كانت أهم إنجاز تكنولوجي في مجال الاتصالات آنذاك فقد دعت الدولة المضيفة إلى تبني فكرة إطلاق قمر اصطناعي عربي ، والى أن يحظو الاتحاد في سبيل تحقيقها خطوات عملية.

ومنذ العام الثاني لتأسيسه ١٩٧٠ بادر الاتحاد إلى تشكيل لجنة للربط التليفزيوني بين الشبكات الأرضية والأقمار الاصطناعية ، باشرت أعمالها بلقاء الاتحاد العربي للمواصلات السلكية واللاسلكية في مؤتمره العاشر ببغداد في العام نفسه، وقد توصل المجتمعون رغم تحفظ اتحاد المواصلات على المشروع الفضائي إلى الطلب من اليونسكو المساعدة في دراسة جدوى إنشاء وإطلاق المر الاصطناعي، وإثر موافقة اليونسكو على الطلب العربي المقدم من ست دول هي : المغرب والجزائر والجمهورية العربية المتحدة التي تضم (سوريا ومصر) ، والكويت والعراق والسودان إضافة إلى تحمل جميع نفقات دراسة الجدوى ، كونت لها فريقاً من الخبراء برئاسة الخبير السويدي "إدوارد بلومان Edward Ploman" من الاتحاد الدولي للاتصالات "ITU" الذي قام بزيارة إلى غالبية الدول العربية حيث التقى بوزراء الإعلام والتربية والتعليم والزراعة والصحة فيها، وقد أوصى تقرير فريق الخبراء الدولي النهائي الصادر من باريس بجدوى مشروع القمر الاصطناعي العربي نظراً للحاجة الماسة إليه، وللفوائد الجمة التي يمكن أن تعود على هذه الأمة العربية التي تجمعها من الصلات والأواصر ما يفوق أي تجمع إقليمي أخر.

وكرد على هذا التقرير اتخذت الجمعية العمومية لاتحاد إذاعات الدول العربية في دورتها الثالثة عام ١٩٧١ قراراً صادق عليه مجلس الوزراء العرب بتبني الدول العربية مشروع الربط التليفزيوني بين

شبكات التلفزة العربية عن طريق مر اصطناعي لاستخدامه في الأغراض التثقيفية والإعلامية بشكل يمكن اعتباره وسيلة اقتصادية معتدلة التكاليف، تقوم على الإنفاق لا الربح لتحقيق الأهداف المرجوة، وهي في الوقت نفسه محاولة ذات جوهر إنساني في مجالات التعليم والإعلام والتنمية الريفية والصحة ، وأسلوب لسد الثغرة التكنولوجية مع الدول المتقدمة .

وعليه كان تأسيس المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية ”Arab Satellite Communication Organization“ (A.S.C.O) في ١٤ إبريل ١٩٧٦ من أعضاء جامعة الدول العربية نتيجة منطقية لتطور الأحداث ، والتهيئة النهائية لإطلاق القمر الاصطناعي العربي الأول .

ويمكن تمييز المراحل الحاسمة التالية في تاريخ البث الفضائي العربي:

(١) أطلق القمر الاصطناعي العربي الأول من الجيل الأول عربسات ”Arabsat 1A“ في ٨ فبراير من عام ١٩٨٥ بواسطة مكوك شركة "إيريان الأوروبية Airyan" من قاعدة "كورو" بجزيرة "جويانا" الفرنسية في أمريكا الوسطى ، وهو مصمم ليغطي كامل مساحة الوطن العربي من مشرقه لمغربه، على مسافة تمتد إلى ٦٥٠٠كم من الشرق إلى الغرب ، و٤٥٠٠ كم من الشمال إلى الجنوب ، وهو مجهز لخدمة عشرة آلاف خط تليفوني ، و٣٦ محطة إذاعية وتليفزيونية تحت الطلب عن طريق ٧ قنوات تليفزيونية وقناة جماعية .

(٢) أطلق القمر الاصطناعي العربي الثاني من الجيل الأول ، عربسات ” Arabsat 1B“ : في ١٥ يونيو من عام ١٩٨٥ ، بواسطة المكوك الفضائي الأمريكي "ديسكفري Discovery" ، وقد وضع هذا القمر على الموقع المداري (٢٦) درجة شرقاً ، وعلى بعد (٢٢.٣٠٠) ميل من خط الاستواء .

(٣) أطلق القمر الاصطناعي العربي الثالث من الجيل الأول "العربسات 1C" : بعد دخول القمر الاصطناعي العربي مجال الاستخدام الفضائي المباشر في ٢٦ فبراير من عام ١٩٩٢ ولمدة تشغيلية مقدارها عشر سنوات (١٩٩٢ – ٢٠٠٢) ، وبذلك تزيد المدة التشغيليه لهذا القمر الاصطناعي الأول ”Arab sat 1A“ في "كورو بجويانا" الفرنسية بأمريكا الوسطى على متن الصاروخ الأوروبي "إيريان" ووضع هذا القمر على الموقع المداري (٣١) درجة شرقاً ، وعلى بعد (٢٢.٣٠٠) ميل من خط الاستواء ، وفي ٢٦ نوفمبر ١٩٩٧ بيع هذا القمر ”Arabsat 1C“ لمؤسسة

أبحاث الفضاء الهندية " The Indian Space Research Organization "ISRO".

(٤) أطلق القمر الاصطناعي العربي الأول من هذا الجيل "Arabsat 2A" في : ٩ يوليو من عام ١٩٩٦ ، وقد وضع هذا القمر بالموقع المداري (٢٦) درجة شرقاً ، وعلى بعد (٢٢.٣٠٠) ميل من خط الاستواء .

(٥) أطلق القمر الاصطناعي العربي الثاني من هذا الجيل "Arabsat 2B" للفضاء الخارجي في : ١ نوفمبر من عام ١٩٩٦ أيضا ، وقد وضع هذا القمر على الموقع المداري (٣٠.٥) درجة شرقاً ، وعلى بعد (٢٢.٣٠٠) ميل من خط الاستواء .

(٦) أطلق القمر الاصطناعي العربي –عربسات- "3A" في (٢٦ فبراير١٩٩٩) في الحزمة "كي يو" والذي والذي خصص بالكامل للبث التليفزيوني المباشر ، ووضع هذا القمر على الموقع المداري ٢٦ درجة شرقاً ، وهو الموقع المداري نفسه للقمر الاصطناعي العربي السابق عربسات "2A" .

(٧) أطلق القمر الاصطناعي المصري النايلسات (١٠١) من قاعدة "كورو" الفرنسية بجزيرة "جويانا" الواقعة شمال شرق أمريكا الجنوبية ، بواسطة شركة "إيريان" العالمية ، وعلى متن صاروخها ايريان سبيس في تمام الساعة السابعة والنصف بالتوقيت المحلي ، الساعة الواحدة بعد منتصف ليل الثلاثاء بتوقيت القاهرة في ٢٨ إبريل من عام ١٩٩٨ ليكون بذلك أول قمر اصطناعي تملكه دولة عربية وقد استغرقت رحلة الإطلاق خارج الغلاف الجوي ٢٩ دقيقة لينفصل عن القمر على بعد ٢٠٠ كيلو متر من على سطح الأرض باتجاه مساره المحدد ، علماً أن هذا الإطلاق جاء بعد تأجيل الموعد الأول الذي كان مقرراً في ٢٢ أو ٢٣ يناير من العام نفسه ١٩٩٨وقد وضع هذا القمر على الموقع المداري (٧) درجة غرباً ، وعلى بعد (٣٦.٠٠٠) كيلو متر على سطح الأرض .

(٨) أطلق القمر الاصطناعي الثاني من جيل "النايلسات ١٠٢" بعد نجاح الجيل الأول في تمام الساعة الثانية و ١٣ دقيقة بعد منتصف الليل من يوم الخميس الموافق ٢٠٠٠/٨/١٧ ، على متن الصاروخ "اريان ٤" من قاعدة "كورو" الفضائية بأمريكا الجنوبية ليصبح لمصر قمرين فضائيتين يحملان الموصفات نفسها ، وبفارق زمني للإطلاق يبلغ عامين اثنين تقريباً .، وقد وضع هذا القمر على الموقع المداري نفسه للقمر المصري الأول (٧) درجة غرباً ، وعلى بعد (٣٦.٠٠٠) كيلو متر على سطح الأرض ، بعمر افتراضي قوامه أيضاً(١٦) سنة .

وقد حاول اتحاد إذاعات الدول العربية منذ الانطلاقة الأولى للفضائيات العربية تنظيم خدمة هذه القنوات ، حيث أصدر الاتحاد تقسيمه لقنوات البث الفضائي العربي ، **وقد تضمن هذا التقسيم .**

أولاً : الدول الأعضاء العاملون في الاتحاد : ويضم قنوات الدول التي قامت بتأسيس وتكوين المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية العربسات ، هي :

- قناة المملكة الأردنية الهاشمية . - قنوات مملكة البحرين .
- قناة الجمهورية العربية السورية . - قناة جمهورية مصر العربية.
- قناة جمهورية السودان . - قناة جمهورية العراق .
- قناة دولة فلسطين . - قناة الجمهورية الموريتانية .
- قناة المملكة المغربية . - قناة جمهورية جيبوتي .
- قنوات دولة الإمارات العربية . - قناة الجمهورية التونسية "7"
- قنوات المملكة العربية السعودية . - قنوات دولة الكويت .
- قناة الجمهورية الجزائرية الشعبية . - قناة دولة قطر .
- قناة الجماهرية الليبية الشعبية العظمى . - قناة سلطنة عمان .
- قناة الجمهورية اللبنانية . - قناة جمهورية الصومال .

الأعضاء المشاركون في الاتحاد : ويضم أربع شبكات تليفزيونية مشاركة، وهي :

- مركز تليفزيون الشرق الأوسط MBC ، علما بأنه تفرع عن هذا المركز MBC2 و MBC3 و MBC4 ، والعربية .
- راديو وتليفزيون العرب ART .
- شبكة أوربيت الفضائية Orbit Net .
- المؤسسة اللبنانية الدولية للإرسال LBCI .

وقد كان الهدف والغرض الأساسي من إنشاء المنظمة العربية للاتصالات الفضائية توفير الاحتياجات اللازمة لقطاعات الإعلام والمعلومات ، والثقافة والتعليم، وقد حددت المؤسسة "العربسات" أهدافها التي تسعى إلى تحقيقها على النحو التالي :

١. توفير واستثمار قطاع فضائي عربي للخدمات العامة والمتخصصة في مجالات الاتصالات السلكية واللاسلكية لجميع الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية ، وفقاً للمعايير الفنية والاقتصادية المعمول بها عربياً ودولياً.
٢. من أجل تحقيق الهدف السابق تزاول المؤسسة الأنشطة التالية :

- مساعدة الدول العربية فنياً ومادياً في تصميم وتنفيذ المحطات الأرضية بالدول العربية .
- إجراء البحوث والدراسات الخاصة بعلوم وتكنولوجيا الفضاء.
- التشجيع على إنشاء الصناعات اللازمة لتجهيز القطاع الفضائي والمحطات الأرضية في الدول العربية .
- القيام بعمل النقل التليفزيوني والإذاعي بين الإدارات والهيئات المختصة في البلاد العربية ، عن طريق الشبكة الفضائية العربية ، إضافة لوضع قواعد

استعمال القنوات المتخصصة للتلفزيون والإذاعة بما يحقق المطالب المحلية والجماعية للدول العربية.

٣- أي أنشطة أخرى تخدم أهداف المؤسسة يمكن أن تقدم ، توافق عليها الجمعية العمومية للمؤسسة بناء على اقتراح دولة أو اكثر من الدول الأعضاء في المؤسسة أو من مجلس الإدارة .

وبالتالي شاركت عدة مؤسسات عربية في تحريك مشروع القمر الاصطناعي العربي أهمها :

١- الاتحاد العربي للمواصلات السلكية واللاسلكية.

٢- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

٣- الجهاز العربي لمحو الأمية وتعليم الكبار.

٤- جهاز تلفزيون الخليج .

وحسب تعريف الموقع الرسمي للمنظمة العربية للاتصالات على شبكة الإنترنت يعد "العربسات" " ARAB SAT " منظمة عربية مخصصة للاتصالات الفضائية وضعت كموجه أساسي لأقمار الاتصال في العالم العربي ، وهي مخصصة لتقديم خدمات نوعية لأعضائها وربط أجزائها بطليعة مؤسسات الاتصال المتطور ، وهي مؤسسة ذات شخصية اعتبارية وقانونية كاملة ، تعمل بشكل مستقل في إطار جامعة الدول العربية ، ومقرها العاصمة السعودية الرياض ، وتدار من قبل مجلس إدارة منبثق عن جمعية عامة تضم وزراء المواصلات في الدول العربية ، ويتولى الأعمال التنفيذية فيها جهاز إداري يرأسه مدير عام ، وهي مفوضة بتصميم وتنفيذ قطاع فضائي عربي لتوفير خدمات الاتصالات الفضائية العامة والمتخصصة للدول العربية ، وفقاً قطاع فضائي عربي لتوفير خدمات الاتصالات الفضائية العامة والمتخصصة للدول العربية ، وفقاً للمعايير المعمول بها دولياً.

وتعود عضوية هذه المؤسسة إلى : الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية ، والمساهمة بشكل مباشر في رأسمال المؤسسة ، ويتكون مجلس إدارة المؤسسة من تسعة أعضاء بينهم حصرياً خمس دول دائمة العضوية ، وهي تلقائياً الدول الخمس الأكثر نسباً في المساهمة برأسمال

المؤسسة البالغ عند تأسيس قيامها (١٦٣) مليون دولار أمريكي ، موزعين على ألف سهم ، كل سهم منها قيمته (١٠٠) ألف دولار أمريكي، وقد زاد الرأسمال فيما بعد انطلاق العمل ، ومع زيادة تكلفة المشروع ليصبح (٢٠٠) مليون دولار أمريكي ، ويوضح الجدول التالي توزيع الدول الأعضاء في المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية العربسات وذلك وفقاً لمدى مساهمة كل دولة منها في رأسمال المؤسسة البالغ (١٦٣) مليون دولار أمريكي.

وعموماً تشير بعض الدراسات الصادرة مؤخراً أن عدد القنوات الفضائية العربية يبلغ اليوم أكثر من ١٤٠ قناة ، وقنوات أخرى في طريقها إلى الانطلاق بمعدل ٤ أو ٥ قنوات جديدة منها : ٧٥ عامة (القنوات الجامعة) و ٦٥ قناة متخصصة : أطفال ، رياضة ، أخبار ، سينما ، دراما ، موسيقى منوعات . ثقافة تعليمية ، خدمات الإعلامية ، أفلام وثائقية إلى آخرة، كما يبلغ عدد الهيئات العربية التي تبث قنوات فضائية أو تعيد بث قنوات فضائية على شبكاتها (٤٧) هيئة منها ٢٠ هيئة حكومية ، ٢٧ هيئة خاصة تمتلكها وتديرها رؤوس أموال عربية.

أما بالنسبة لنظام البث فإنه تبث ٧٨ قناة تريباً ، بنظام البث المفتوح في حين تبث ٥٩ قناة تقريباً بنظام البث المشفر وتبث معظم الفضائيات العربية باللغة العربية (٨١) قناة في حين تبث بعض القنوات جزء من برامجها باللغة الإنجليزية (٤٠) قناة باللغة الفرنسية و (١١) قناة خاصة باللغات الأخرى كالأسبانية والهندية والفارسية (تبث قناة النيل المصرية باللغات الإنجليزية ، الفرنسية ، العبرية) .

وبالنسبة للإنتاج البرامج فتعتمد أغلب الفضائيات العربية على الإنتاج المحلي للبرامج بنسبة تتروراح بين ٣٠ % إلى ١٠٠ % من البرامج التي تبثها على قنواتها ، في حين أن الفضائيات العربية على الإنتاج المحلي للبرامج بنسبة تتراوح بين ٣٠% إلى ١٠٠% من البرامج التي تبثها على قنواتها ، في حين أن الفضائيات العربية تستورد برامج عربية بنسب تتراوح بين ٣% إلى ٧٠% أما البرامج الأجنبية المستوردة فتتراوح نسبتها بين ١% إلى ٦٠% من جملة البرامج التي تستوردها هذه القنوات.

أولاً : القنوات الفضائية العربية الحكومية :

١- القمر الصناعي المصري (نايل سات١٠١ Nile Sat)

لا شك أن مشروعات الأقمار الصناعية قد فتحت أفاقا جديدة لمصر وباقي دول المنطقة العربية في الحقبة الأخيرة من القرن العشرين، فقد كانت مصر بحاجة إلى العثور على وسيلة اتصال فعالة تغطي كافة أنحاء البلاد من ناحية والمنطقة العربية من ناحية أخرى ، وبأقل النفقات ولقد كان القمر الصناعي المصري (النيل سات) سبيل مصر للتغلب على هذه المشكلة وفي ابريل عام ١٩٩٨ تم إطلاق (النيل سات١٠١) موفرا العديد من الخدمات التليفزيونية في شتى المجالات الحياتية مثل المجالات التعليمية والإعلامية والثقافية .

وقد تأسست الشركة المصرية للأقمار الصناعية في عام ١٩٩٦ من أجل تشغيل وإدارة الأقمار الصناعية والمحطات الأرضية المرتبطة بها . ويمتلك الاتحاد المصري للإذاعة والتليفزيون نسبة ٤٠% من أسهم هذه الشركة ، بالإضافة إلى عدة مؤسسات أخرى ويبلغ رأس المال المرخص به ٥٠٠ مليون جنيه مصري ، وعدد أعضاء مجلس الإدارة ١١ عضوا.

وقد تم إطلاق النايل سات ١٠١ من قاعدة جويان الفرنسية على متن الصاروخ أريان سبيس في ٢٨ ابريل ١٩٩٨ إلى موقعه المداري ٧ درجة غربا ويتميز النايل سات ١٠١ بأنه يعمل بالنظام الرقمي ويستطيع أن يحمل ٧٢ إلى ٨٤ قناة تليفزيونية ، وبعد ذلك وفي ١٧ أغسطس ٢٠٠٠ تم إطلاق القمر الصناعي النايل سات ١٠٢ ويقدم خدمات جديدة مثل إرسال المعلومات بسرعة عالية وأنشطة بث الانترنت وخدمات أسواق المال والبنوك ونقل رسائل المراسلين الإخبارية بالإضافة إلى البث الإذاعي والتليفزيوني المباشر.

وقد صنع هذان القمران الصناعيان بالتعاون مع شركة ماترا ماركوني سبيس الأوربية وأطلقا عن طريق شركة آريان سبيس ، والجدير بالذكر أن القمرين الأول والثاني يتميزان بالتقنيات الرقمية ولكل

منهما سعة قدرها ١٠٠ قناة تليفزيونية رقمية ويقومان من خلال الموقع المداري ذاته(٧درجات شرقا) بتغطية جميع الدول في المنطقة العربية والشرق الأوسط ويبث أكثر من ١٥٠ قناة رقمية وبتقديم خدمات الانترنت عبر القمر الصناعي المعروف باسم تيربو وإنترنت وخدمات البث الأخرى المعروفة باسم " البث المتعدد" Multicasting.

ويعد القمر الصناعي نايل سات أول قمر عربي مخصص بالكامل للبث المباشر للقنوات التليفزيونية والمعلومات والوسائط المتعددة للإعلام ، وهو قمر ذو تقنية عالية جدا " قمر رقمي" وهو أول قمر في منطقة الشرق الأوسط يستخدم تكنولوجيا الضغط الرقمي حيث يوفر إمكانيات هائلة لتقديم خدمة متميزة وإرسال أكثر وضوحا.

ثم أصبح القمر الصناعي المصري(نايل سات) ضرورة إعلامية أساسية واستراتيجية لتأمين الإرسال الإذاعي والتليفزيوني المصري ، وهو هدف رئيسي في إطار الأمن القومي فهذه التجربة بإطلاق قمر صناعي مصري قامت من خلال منظومة إعلامية تحقق التوازن بين العالمية والمحلية لأنه كلما زادت مساحة العالمية كان من الضروري تعميق المحلية.

وبالإضافة إلى ما سبق فإن القمر الصناعي المصري (نايل سات) هو العلاج الأفضل للتمزق الواضح بين البرامج التي تذاع في القنوات التليفزيونية الرئيسية الأولى والثانية وبرامج القنوات المحلية التي يذيع كل منها شيئا مختلفا ولمدة ساعات محدودة .

وقد تكلف إنشاء القمر الصناعي المصري(نايل سات ١٠١)١٦٠ مليون دولار أمريكي ، وساهم في تمويل مشروع إنشاء القمر الصناعي المصري كل من اتحاد الإذاعة والتليفزيون والشركة المصرية للمشروعات الاستثمارية والهيئة العربية للتصنيع والبنك الأهلي

المصري وبنك القاهرة، والبنك الاستثماري القومي إضافة إلى اكتتاب عام للمساهمين من أفراد الشعب بنسبة ٢٠% من إجمالي رأس المال .

والقمر المصري الثاني" نايل سات ١٠٢" ويعمل وفق نظام O.Band الرقمي المضغوط ويتميز عن نايل سات ١٠١ بإمكانياته التكنولوجية العالية في البث التي تمكنه من :

- استخدام تكنولوجيا التفاعل والتعليم عن بعد وتوحيد الشاشات بين التليفزيون والكومبيوتر .

- الاحتواء على ٦ ترددات جديدة إضافة إلى وجود هوائي يضيف إلى القمر ميزة الاستقبال المباشر.

- بث الإرسال التليفزيوني والإذاعي بالنظام الرقمي من خلال مجموعة من القنوات المصرية والعربية والعالمية عامة والمتخصصة ، مفتوحة أو مشفرة .

- تقديم خدمات المعلومات ومن بينها النقل الإلكتروني للمواد الصحفية كالجرائد والمجلات من مراكز التحرير إلى المطابع المنتشرة في منطقة التغطية والتعامل مع الإنترنت بسرعة عالية ، وكذلك تقديم معلومات البورصة والمال والأحوال الجوية والطيران وتوزيع برمجيات الكومبيوتر لمستخدميها ، ونقل ملفات وقواعد بيانات من نقطة إلى أخرى أو إلى عدة نقاط .

- ربط السفارات المصرية والمراكز الثقافية والإعلامية في المنطقة العربية والإفريقية والأوربية بالإعلام المصري للتعرف على ما يتم تحقيقه من إنجازات ونهضة وتوجهات سياسية والمعايشة الكاملة للواقع المصري من خلال البرامج التليفزيونية المذاعة.

- التعريف بالنشاط السياحي والتجاري والاقتصادي المصري من خلال البرامج التليفزيونية والإعلانية التي تبثها القناة الفضائية.

- المبادرة باستغلال الفضاء في نشر الرسالة الإعلامية المصرية على أوسع نطاق لإثبات التواجد المصري في ظل التنافس الإعلامي الذي أتاحه استغلال الأقمار الصناعية في البث المباشر والدخول في عصر الفضاء.

<u>أهداف القمر الصناعي المصري:</u>

وكان من أهم أهداف إطلاق القمر الصناعي المصري(نايل سات) هو نشر الثقافة المصرية والفن المصري وبرامج الإعلام المصري فوق رقعة العالم العربي ، كحل جذري للغزو الإعلامي المضاد والتصدي للتحديات التي تحيط بالعالم العربي من كل مكان.

ويلاحظ أن تكنولوجيا الاتصال ليست كغيرها من أنواع التكنولوجيا الأخرى فهي تتحدى نفسها وتسابق الزمن ، وتتميز عن غيرها باعتبارها عملية متكاملة وأكثر من كونها مجرد أدوات ، فاستخدامها يقود إلى إعادة ابتكارها من جديد وهو ما يؤدي إلى مزيد من الاستخدام وهكذا فهي دائرة لا تنتهي .

وهو ما يظهر بوضوح في التكنولوجيا المستخدمة في القمر المصري حيث أن غزارة عدد القنوات الموجودة على القمر(نايل سات) ستضعنا على بداية عصر جديد يتميز بالتخصص الإعلامي وذلك كما هو متبع في كثير من مجالات الحياة .

القناة الفضائية المصرية .

تقدمت مصر ولم تنكمش في الزاوية أمام زحف هذه الثورة الإعلامية الجارفة ، بل ركبت مركبها وخاضت فيها مع من خاض ، وخرجت من التجربة برصيد لا يمكن استصغار شأنه ،عشرات الفضائيات العربية رأت الثورة منذ العام ١٩٩٣، وتاريخ الانطلاقة والميلاد دليل على حد ذاته على سرعة الاستجابة العربية للتحدي الإعلامي الجديد ، لكن القليل من تلك الفضائيات – يمكن عدة بأصابع

اليد الواحدة – يشرف تلك الاستجابة العربية ، ويقيم دليلا على أن الوطن العربي لا يعاني من قلة في الطاقات والكفايات العلمية والبشرية ، وأن هذه الأخيرة لا تنتظر أكثر من استثمار جدي لها في مشاريع جادة حتى تفجر الطاقة الخلاقة فيها .

وقد بدأت مصر عصر البث الفضائي المباشر بالأقمار الصناعية في ١٢ ديسمبر/كانون الأول ١٩٩٠، وبدأ الإرسال المنتظم للقناة الفضائية المصرية ESC ، بعد أن قامت مصر باستئجار القناة غزيرة الإشعاع في القمر العربي عربسات رقم A1 في ١٢ يونيو / حزيران ١٩٩٠ والتي تعمل بقناة قمرية واحدة في الحيزBand Transponder c/s ، وبدأت بثها التجريبي في ١ نوفمبر –تشرين الثاني١٩٩٠ لمدة ٢٤ ساعة يوميا ولمدة أدناها ٣ سنوات على أن تدفع مصر مقابل استئجارها هذه القناة ٢ مليون دولار سنويا ، ويقوم التليفزيون المصري ببث برامجه على القناة الفضائية من خلال المحطة الأرضية بالمعادي العاملة مع القمر العربي للاتصالات والتابعة للهيئة القومية للاتصالات السلكية واللاسلكية .

ليغطي الإعلام المصري بذلك ولأول مرة جميع الدول العربية والإفريقية في الحيز المعروف هندسيا بـ c/Band ، وبعد أشهر قليلة من هذا التاريخ ، وبعد استخدام القمر الصناعي الأوربي uro-sat وتغطية الحيز المعروف هندسيا بـ Band ku باستخدام نوع معين من الإشعاع يسمى Ku وهذا النوع من الإشعاع يستطيع أن يصل ببساطة إلى العرب المقيمين في أوربا ، وهم يستطيعون استقبال هذه القناة الفضائية المصرية بهوائيات طبقية صغيرة نسبيا يصل قطرها في بعض الأحيان إلى ٦٠ سم أو ٨٠سم .

وفي إطار العمل على توسيع دائرة التقاط برامج القناة الفضائية المصرية ، تم نقلها في النصف الأول من عام ١٩٩٤إلى الشبكة الدولية

Intel sat (الجيل السابع) Global Beam لكي تصل إلى الولايات المتحدة الأمريكية وكندا ضمن مناطق أخري في العالم ، وفي النصف الأول من عام ١٩٩٦ تم البث عن طريق القمر العربي عربسات الجيل الثاني على حيز C/Band لتدعيم الإرسال في منطقة الدول الإفريقية والآسيوية.

هذا وقد وقع اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصرى فى ٦ سبتمبر عام ١٩٩٠م اتفاقا مع المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عربسات) لاستئجار القناة غزيرة الإشعاع لمدة ثلاث سنوات ابتداء من نوفمبر ١٩٩٠ وتضمن هذا الاتفاق عدة بنود منها :

- تحديد السعة القمرية المخصصة فى أقمار الجيل الأول بقناة قمرية واحدة فى الحيز c/s band transponder.

- تبدأ فترة التخصيص أول نوفمبر ١٩٩٠ لمدة ٢٤ ساعة يوميا ، سبعة أيام

فى الأسبوع ، ولمدة أدناها ثلاث سنوات.

- تدفع مصر مقابل استئجارها هذه القناة ٢ مليون دولار سنويا.

- يقوم التلفزيون المصرى ببث برامجه على القناة الفضائية من خلال المحطة الأرضية بالمعادى مع القمر العربى للاتصالات و التابعة للهيئة القومية للاتصالات السلكية و اللاسلكية.

- وبدأت مرحلة البث التجريبي للقناة الفضائية المصرية بعد أكمال المحطة الأرضية بالمعادى حيث ثبت نجاح استقبالها بوضوح من خلال المحطات التى أقيمت فى السفارات المصرية .

- وبدأ البث المنتظم للقناة الفضائية المصرية يوم ١٢ ديسمبر ١٩٩٠ ليغطى المناطق الآتية :

١ – الدول العربية :

ليبيا ، تونس ، الجزائر ، المغرب ، موريتانيا ، السودان ، الصومال ، جيبوتي ، السعودية ، اليمن ، سلطنة عمان ، دولة الإمارات العربية المتحدة ، قطر ، اليمن ، الكويت ، البحرين ، الأردن ، العراق ، لبنان ، سوريا ، و فلسطين.

٢ – الدول الإفريقية :

مالي ، النيجر ، تشاد ، إثيوبيا ، أفريقيا الوسطي ، الكاميرون ، نيجيريا، بنين ، بوركينا فاسو ، توجو غانا ، ساحل العاج ، غينيا ، سيراليون ، الجابون ، الكونغو ، زائير ، أوغندا ، كينيا ، رواندا ، بورندى ، تنزانيا ، أنجولا ، أباتا ، ليبيريا ، وأرتيريا.

٣ – الدول الآسيوية :

إيران ، باكستان ، أفغانستان ، تركيا ، غرب الهند ، والجزء الجنوبي من الجمهوريات الروسية المستقلة .

٤ – الدول الأوروبية :

انجلترا ، فرنسا ، ايطاليا ، تشيكوسلوفاكيا ، النمسا ، المجر ، يوغوسلافيا، اليونان ، بلغاريا ، رومانيا، البرتغال ، بلجيكا ، قبرص ، جزر مالطة ، وكريت ، سردينيا ، هولندا ، فنلندا ، ألبانيا ، لكسمبورج ، وأسبانيا.

وفى النصف الثاني من عام١٩٩٢م – نظرا لاقتراب القمر I.B من نهاية عمره تم البث عن طريق القمرين : العربي عربسات حيز – C BAND ليغطى الدول العربية والأفريقية والقمر الأوروبى يوتلسات حيز – KU BAND ليغطى دول أوروبا ، وبدا البث في النصف الثاني من عام١٩٩٤ عن طريق القمر العالمي انتلسات GLOBAL BEAM ليغطى عدة مناطق جديدة حيث تغطى القناة الفضائية المصرية فى عام ١٩٩٤ (٢٠ دولة عربية و ٢٧ دولة افريقية و ١١ دولة آسيوية و٢٣ دولة أوروبية) وفي النصف الأول من عام ١٩٩٦ تم البث عن طريق

القمر العربى عربسات على الحيز C BAND لتدعيم الإرسال في الدول العربية والإفريقية والآسيوية بما يعادل أربعة أخماس العالم .

ب – أهداف القناة الفضائية المصرية :

١- ربط المواطنين العرب بالإعلام والثقافة المصرية التي تنبع من واقعهم وتعبر عن وجدانهم وتراعى قيمهم وأخلاقهم والإسهام بربطهم في فكر عربي يساعد في وحدة فكرهم و الالتفاف حول القضايا المصيرية المشتركة.

٢- ربط السفارات والمراكز الثقافية والإعلامية المصرية فى المنطقة العربية والإفريقية والأوروبية بالإعلام المصري للتعرف على ما يتم تحقيقه من إنجازات ونهضة وتوجهات سياسية والمعايشة اليومية الكاملة للواقع المصرى من خلال البرامج التلفزيونية الإذاعة.

٣- ربط الجاليات المصرية فى المناطق المستهدفة بالإعلام المصري وبوطنهم الأم وإطلاعهم على مختلف أوجه التقدم والازدهار وتزويدهم بأخبار بلدهم لدعم تفهمهم للثقافة والحضارة المصرية والتفافهم حولها .

٤- التعريف بالنشاط السياحي والتجاري والاقتصادي المصرى من خلال البرامج التلفزيونية التى تبثها القناة الفضائية .

٥- المبادرة باستغلال الفضاء في نشر الرسالة الإعلامية المصرية على أوسع نطاق لاثبات التواجد المصري فى ظل التنافس الاعلامى الذي اتاحه استغلال الأقمار الصناعية فى البث المباشر والدخول فى عصر الفضاء

الذي تتسابق فيه جميع الدول الكبرى للسيادة وفرض سيطرتها الإعلامية وخاصة على منطقتنا العربية .

٦- الاستفادة من انتشار إشعاع هذه القناة القمرية داخل جمهورية مصر العربية لتغطية المساحات المحرومة من الخدمة التلفزيونية والتي يحتاج وصول الإرسال التلفزيوني إليها إلى استثمارات ضخمة لإنشاء شبكات الميكرويف ، ومنها التجمعات السكانية في الصحارى الشرقية والغربية وتجمعات العاملين بمناطق البترول والتعدين والمدن الجديدة والتوسعات العمرانية والاراضى الزراعية المستصلحة الجديدة وتجمعات القوات المسلحة المصرية.

٧- تأمين الخدمة التلفزيونية في شبكة الميكروويف الممتدة فى شرق البلاد وغربها وجنوبها من خلال بدائل متمثلة فى محطات استقبال أرضية للقمر الصناعي لالتقاط البرامج التلفزيونية وإعادة بثها عبر محطات الإرسال المنتشرة فى أنحاء الجمهورية .

وتحقيقا لاستراتيجية الإعلام المصري في الانتشار والسيادة داخل وخارج جمهورية مصر العربية وتمشيا مع الثورة التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصالات واللحاق بما تتيحه من آفاق واسعة في مجال الإعلام وخاصة في مجال الإرسال التلفزيوني تهتم الخطة الإعلامية لاتحاد الإذاعة والتلفزيون عام ١٩٩٤/٩٣ بالبرامج التي تبثها القناة الفضائية المصرية وتؤكد في ذلك ما يلي :

- أن تكون عاكسة للتقدم الاجتماعي والحضاري والاقتصادي فى مصر والعالم العربي مبتعدة عن أي مظهر من مظاهر الدعاية المباشرة .

- أن تتصدى للحملات الإعلامية التي ترمى إلى تشويه صورة مصر والعرب فى الخارج .
- إنتاج مشروعات برامج مشتركة في مجالات التراث والفنون الشعبية والثقافية والقضايا التي تهم الشعوب العربية فى مختلف النواحي .
- ربط الجاليات المصرية فى الخارج بوطنهم الأم و معايشة واقعه كل يوم والإطلاع على أوجه الازدهار والتقدم والالتفاف حول ثقافتهم وحضارتهم .

ج – قناة النيل الدولية NILE T .V وأهدافها :

افتتح الرئيس محمد حسنى مبارك فى العاشر من أكتوبر عام ١٩٩٣م البث التجريبي لقناة النيل الدولية ، و بدأ إرسالها المنتظم في ٣١ مايو عام ١٩٩٤م على مدى أربع ساعات يوميا منها ثلاث ساعات باللغة الإنجليزية وساعة باللغة الفرنسية .

و يأتي دور القناة الفضائية الدولية الجديدة استكمالا لدور القناة الفضائية المصرية الناطقة بالعربية وامتدادا لها مؤكدة على الأهداف التالية:

- طرح القضايا العربية والقضايا التي تشرح وجهة النظر المصرية والعربية والإقليمية حيال القضايا الدولية المطروحة على الساحة العالمية .
- الترويج للقضايا المصرية الهامة مثل الترويج للاقتصاد المصري والحضارة المصرية وما بها من فنون وآداب وتاريخ وآثار يعشقها الغرب .
- تصحيح صورة الإسلام أمام العالم لإظهار سماحته وقيمه العظيمة التى يحاول أن يشوهها الغرب وبالتالي يشوه صورة الدول التي تعتنق الإسلام أمام المجتمع الدولي .

- التعامل مع القضايا الدولية بمستوى رفيع من ألأداء و تناولها ليس فقط باللاقاءات والمقابلات ولكن بأسلوب جديد من خلال الحوارات المتخصصة فى طرح القضايا المختلفة .

د- **قناة المعلومات :**

تخصص القناة الفضائية المصرية بعض أوقاتها لبث قناة المعلومات ولما توقف هذا البث بعد أن أصبح إرسال القناة الفضائية المصرية ٢٤ ساعة طالب البعض بضرورة بث فقراتها بين البرامج مرة أخرى .

وتقدم قناة المعلومات خدمات للمشاهدين بالأسلوبين اللذين تستطيع توفيرها وهما : البث التلقائي ، والخدمة المشفرة ، حيث يبلغ عدد ساعات البث التلقائي حاليا على قنوات التلفزيون المختلفة أربع ساعات و نصف الساعة باللغة العربية الى جانب نصف ساعة وخمس دقائق باللغة الإنجليزية وبالنسبة للخدمات المشفرة تقدم القناة حاليا أربع مجلات باللغة العربية تضم حوالى ٨٠٠ صفحة و هذه المجلات هى : مجلة الأخبار ، مجلة الخدمات ، المجلة الثقافية ، ومجلة الإذاعة والتلفزيون ، كما تقدم مجلتين باللغة الإنجليزية تحتويان على ٢٠٠ صفحة هما : مجلة الأخبار ، ومجلة المجتمع التى تضم مقتطفات من الموضوعات الخدمية والثقافية وبرامج الإذاعة والتلفزيون ، ويمكن تلخيص أهم ملامح خطة القناة فى عام ٩٤/٩٣على النحو التالي :

تنوى القناة زيادة ساعات البث التلقائي إذا ما توفر لها مساحة زمنية أخرى على القنوات المختلفة ، و تنوى القناة إذاعة صفحات عن المال والاقتصاد وحركة الطيران وحالة الجو ضمن فقرات القناة الفضائية كلما طلب منها ذلك .

التوسع فى الصفحات الخدمية التى تهم القاعدة العريضة من الجماهير، وإدخال صفحات جديدة فى الخدمات التعليمية تساهم فى

مساعدة طلبة الشهادات العامة على مراجعة دروسهم ، التوسع فى الخدمات الإرشادية للمواطنين والخاصة بتعريفهم بالمؤسسات والهيئات الخدمية وتعريفهم بكيفية الانتفاع من خدماتها ، وتكثيف الخدمات الرياضية التى تقدمها القناة والتوسع فى إذاعة نتائج اللعبات التى لا تهتم بها وسائل الإعلام الأخرى ، أما بالنسبة للبث المشفر فانه نظرا لأن هذا البث هو البث الرئيسى بالنسبة لقناة المعلومات ونتيجة لظهور الدفعة الأولى من أجهزة التلفزيون المزود بأجهزة الكشف عن البث المشفر للقناة وطرحها بالفعل فى الأسواق المصرية فان خطة القناة لهذا البث تحتوى على زيادة عدد صفحات المجلدات المذاعة من٨٠٠ صفحة باللغة العربية الى ١٠٠٠صفحة و من ٢٠٠ صفحة باللغة الإنجليزية الى ٢٥٠ صفحة ، متابعة مشروع ربط كمبيوتر المطار بصورة آلية بكمبيوتر القناة حتى يتمكن المشاهدون من متابعة حركة المطار بصورة فورية ، زيادة القدرة على تحديث الصفحات الإخبارية بشكل أسرع عن طريق تدريب المحررين فى دورات خارجية وداخلية على أحدث الأساليب المستخدمة فى هذا المجال ، زيادة عدد المندوبين التابعين للقناة والمكلفين بتغطية الأحداث المختلفة ، فتح المجال أمام المشاهدين للإعراب عن آرائهم فى مختلف الأمور من خلال قناة المعلومات ، التوسع فى استخدام وسائل الإيضاح المتوفرة فى نظام التليتكست ، واستكمال مكتبة المعلومات الخاصة بالقناة .

ومع مسيرة الإعلام المصري فى الأخذ بأحدث الأساليب وتقنيات العصر تهتم الخطة الإعلامية بالبرامج التى تبثها قناة المعلومات مؤكدة على تقديم بعض الخدمات الخاصة منها : خدمة المشاهدين من ضعاف السمع بتوفير نصوص مكتوبة لأهم الأخبار وبعض الأعمال الدرامية والبرامج المتميزة التى يقدمها التلفزيون فى برنامجه المعتاد ، تقديم أحدث وأهم الأخبار على الجزء السفلى من شاشة التلفزيون ، إعطاء

أولوية خاصة ومساحة كبيرة مناسبة للنواحي الثقافية والفكرية ومجالات التوعية والإرشاد تمشيا مع السياسة الإعلامية وفى إطار أهدافها ، تقديم الخدمات باللغات المختلفة تمشيا مع موقع مصر الثقافي والسياحي ، تقديم الخدمات التى تهم المستمع والمشاهد والمتمثلة فى خدمات المطارات والموانىء ومواعيد قيام ووصول الطائرات والسفن وخدمات الأرصاد وأسماء الصيدليات المناوبة للخدمة الليلية ، وأن يصاحب تقديم المعلومات مقطوعات موسيقية منتقاة .

هـ-عدد ساعات إرسال القناة الفضائية ومضمونها :

كانت القناة الفضائية المصرية فى بدايتها تتوحد مع القناة الأولى فقط مع حذف الإعلانات والتنويهات الخاصة بتنظيم الأسرة ووضع موسيقى تصويرية مع مناظر طبيعية عوضا عنها إلى أن بدأ تقديم مسلسل خاص بالقناة الفضائية بدلا من هذه الإعلانات واستمر ذلك لمدة سنة .

ولما كان من المحظور إذاعة أي مواد أجنبية على شاشة القناة الفضائية المصرية كان يتم النقل من القناة الأولى إلى القناة الثانية لنقل برنامج : سهرة على الهواء بدلاً من نادي السينما وبرنامج (سينما نعم سينما لا) بدلا من برنامج اخترنا لك . ولكن اختلاف موقع برنامج السهرة على خريطة كل من القناتين كان يؤدي إلي النقل من قناة إلي أخرى بعد أن يكون البرنامج قد بدأ منذ فترة وبدون أى تنويه عن الأجزاء التى لم يشاهدها الجمهور أو حتى الاعتذار حيث لم يكن للقناة الفضائية المصرية مذيعات ربط واستمر ذلك شهرين حتى بدأ إذاعة تقديم للبرامج بواسطة مذيعات .

وبلغ متوسط إرسال القناة الفضائية المصرية عند بداية البث المنتظم ١٣ ساعة يومياً ثم زيدت ساعات إرسالها (استجابة لتوصيات اللجنة الدائمة للإعلام العربي فى دورة انعقادها التاسعة والأربعين بالقاهرة لتشبع احتياجات كل من المصريين والعرب وتتيح لهم قناة عربية إضافية توفر لهم التنوع التلفزيونى المنشود الذى يغنيهم عن مشاهدة القنوات الأجنبية حتى وصلت ساعات إرسالها ما يقرب من ١٩ ساعة يومياً عقب اجتماع وزراء الإعلام العرب فى القاهرة فى يوليو ١٩٩٣م ، وكانت تبث برامج القناة الأولى وبعض البرامج المميزة بالقناة الثانية والقنوات المحلية (الثالثة بالقاهرة الكبرى والرابعة بمنطقة القناة والخامسة بالإسكندرية) على أن يختار من هذه القنوات المواد وثيقة الصلة بالعمل العربي المشترك التى من شأنها تدعيم علاقات الشعوب العربية مع بعضها البعض و تدعيم العلاقات الدولية مع جميع الدول عاكسة للتقدم الحضاري والاجتماعي والاقتصادي مبتعدة عن أى مظهر من مظاهر الدعاية السياسية أو التدخل فى شؤون الغير و فى أول يوليو ١٩٩٤ أصبح إرسال القناة الفضائية المصرية ٢٤ ساعة يومياً وأصبح لها إنتاجها الخاص الذى تصل نسبته إلى ٢٥% من إجمالي إرسالها و من هذه البرامج :

-١٤ برنامجا أسبوعياً هى سهرة عربية ، كتاب الزمن ، السهرة تحلى ، حكايات وذكريات ، نغم ، رياضة فى رياضة ، سفير فوق العادة ، لقاء الأشقاء ، الطيور المهاجرة ، أجازة سعيدة ، مصر الأوبرا ، شخصيات ضاحكة ، مجلة المسرح وحواء ٢٠٠٠م .

- برنامجان يوميان هما أكلات بجميع اللغات ، ولقاء كل يوم .
- برنامجان مرتين أسبوعياً هما : سباق الأغنيات ومن أغاني الأفلام .
- برنامج ضيوف مصر (على فترات) .
- تغطية الفقرات بأفلام سياحة وأثرية عن مصر .

وقد أشارت إحصاءات عام ١٩٩٣/٩٢ أن برامج القناة الفضائية المصرية بلغت ٦٢٧٢ ساعة و٣٤ دقيقة بمتوسط يومى ١٧ ساعة و١١ دقيقة وتتوزع على النوعيات البرامجية الآتية : البرامج الثقافية (٣٤.٤٩)، برامج الطوائف (٢٠.٣٥%) ، البرامج الإعلامية (١٠.٩٢%) ، البرامج الدينية (٨٠.٧٨%) ، برامج الخدمات (٥.٤٧ %) والإعلانات (٠.٦٦%) .

وفيما يلى نماذج من البرامج التى تقدمها القناة الفضائية المصرية :

البرامج الثقافية :

تهدف البرامج الثقافية إلى زيادة وعى المشاهد بالثقافة المصرية مع التأكيد على الشخصية المصرية من خلال برامج أهمها : كتاب الزمن ، حكاوى القهاوى ، حكايات وذكريات ، ومجلة المسرح .

البرامج السياحية :

تهدف الخطة الإعلامية فى هذا المجال إلى تشجيع السياحة والاستثمار وذلك من خلال التأكيد على الشخصية الحضارية المصرية علاوة على ما تتمتع به مصر من مناخ معتدل وآمن واستقرار وذلك من خلال : ضيوف مصر ، كتاب الزمن ، لقاء كل يوم ، وخمسة سياحة .

برامج المنوعات :

تهدف الخطة الإعلامية فى هذا المجال إلى مراعاة الأذواق المختلفة ونوعية ومكان المشاهد والتوقيت لكل مكان حتى يتم إدخال المرح من خلال مستوى راق من الترفيه وذلك من خلال برامج مثل : أماني وأغاني، سباق الأغنيات ، من أغاني الأفلام ، السهرة تحلى ، نغم، وبرنامج سهرة عربية ، بالإضافة إلى تلبية رغبات المشاهدين والتي ترد عبر الاتصالات الهاتفية والفاكسات .

البرامج الرياضية :

تقدم القناة الفضائية المصرية جرعة رياضية من خلال البرامج المختلفة ونقل المباريات المحلية والدولية التى تشترك فيها مصر حيث تبث القناة الفضائية المصرية كل أنواع المباريات الرياضية ومنها : كرة القدم ، السلة ، الطائرة ، السباحة ، التنس ، رفع الأثقال كما تقدم المادة الرياضية خلال البرامج التالية : رياضة فى رياضة ، نهاية الأسبوع ، حوار الأسبوع، أنباء وآراء ، وموضوع للمناقشة .

برامج الخدمات :

تهتم خطة القناة الفضائية بالشرائح الاجتماعية ومنها الشباب والمرأة من خلال برامج حواء ٢٠٠٠ ، سفير فوق العادة ، أكلات بجميع اللغات ، صور مشرقة ، وكذلك الاهتمام بالطفل بكافة مراحله العمرية من خلال تقديم برامج ومسلسلات للطفل وكارتون ومنوعات أطفال .

الدراما :

تهدف خطة القناة الفضائية فى مجال الدراما إلى تقديم ما يعكس مدى الحرية والديمقراطية التى يتمتع بها المجتمع وكذلك احترام الرأي والرأي الآخر وتأكيد شخصية مصر الحضارية بالإضافة إلى المواد الدرامية التى تقدم من أجل التوعية والتثقيف وذلك من خلال المسلسلات العربية ، وحلقة يومية من الفوازير ومسرحيات متميزة وأفلام عربية محببة للمشاهد .

البرامج الدينية :

تهدف خطة القناة الفضائية إلى تقديم جرعات دينية من أجل التوعية والتنوير الديني لإدراك المفاهيم الدينية الصحيحة وتدعيم القيم الروحية والخلقية ، كما تهتم بعرض الحضارة الإسلامية والعقائد

والسيرة النبوية العطرة وسائر الأمور الإسلامية من خلال البرامج الدينية والمسلسلات الدينية .

الإعلانات :

تهدف القناة الفضائية المصرية إلى التطوير المستمر لشكل الإعلان على الشاشة واستحداث شكل جديد للإعلانات التى تذاع أثناء إذاعة المباريات الرياضية : العالمية والمحلية ، وتشجع المعلنين على إذاعة إعلاناتهم بالقناة الفضائية المصرية والتشجيع على إنتاج السلع الأجنبية بجمهورية مصر العربية .

ويمكن تناول القنوات الفضائية العربية فيما يلي :

١- منظومة القنوات الفضائية المصرية العامة :

أ) القناة الفضائية المصرية الأولى ESCI :

بدأت بثها الرسمي كأول قناة فضائية عربية حكومية منتظمة الإرسال في ١٩٩٠/١٢١/١٢

ب) القناة الفضائية المصرية الثانية ESC2 :

بدأت القناة الفضائية المصرية الثانية بثها الرسمي في ١٩٩٦/٦/١، وهي قناة عامة تبث إرسالها –حالياً- على ثلاثة أقمار اصطناعية ، بدأتها بالبث بالنظام المشفر ، ثم ما لبثت أن تحولت بعد انطلاق القمر الاصطناعي المصري النايلسات بالبث المفتوح من خلال الموقع الداري الخاص بالقمر والواقع في ٧ درجات غرباً ، وتصل برامجها التي تقدم على مدار الساعة يومياً دون إعادة لأي منها إلى العالم العربي والشرق الأوسط وأوربا والنصف الشمالي وأواسط إفريقيا ، وقد دمجت القناة مع القناة الأولى في بث مشترك بداية العام ٢٠٠٥.

ج) قناة النيل الدولية Nile International TV :

بدأ الإرسال التجريبي لقناة النيل الدولية في احتفالات أعياد أكتوبر بتاريخ ١٩٩٣/١٠/٦ ، قبل أن يبدأ إرسالها المنتظم في ٣١ مايو ١٩٩٤ ، بمعدل أربع ساعات يومياً منها ثلاث ساعات باللغة الإنجليزية وساعة بالفرنسية ، ليصل إرسالها حالياً إلى ١٥ ساعة يومياً ، وقناة النيل

الدولية هي قناة المصرية الوحيدة وأول قناة عربية تبث برامجها باللغات الفرنسية والإنجليزية ، والعبرية التي أضيفت إليها بتاريخ ٢٠٠٢/١/١ بهدف مخاطبة الرأي العام في الكيان الصهيوني ، وتخطيط القناة حالياً لإضافة خدمات باللغات الاسبانية والالمانية والروسية ، كما تعد ثاني قناة فضائية مصرية تقدم برامج بلغة غير عربية ويغلب على قناة النيل الدولية الطابع الإخباري.

٢- منظومة القنوات المصرية المتخصصة :

بدأ بثها التجريبي في ٣١ مايو ١٩٩٨ ، والفعلي في أكتوبر ١٩٩٨، مع تمايز زمني بين قناة وأخرى ، حيث بدأ قطاع القنوات الفضائية المتخصصة ببرنامج يتماشى وأولوياته التي رأي فيها تلبية لاهتمامات المشاهدين الترفيهية ومنافسة القنوات المتخصصة العربية القائمة ، ومن ثم تلبي احتياجاته ومتطلبات المجتمع المصري الثقافية والتعليمية ، وعموما تتبع جميع قنوات النيل المتخصصة قطاع النيل للقنوات المتخصصة باتحاد الإذاعة والتلفزيون ، ويتم تمويلها من ميزانية الاتحاد وأهمها :

أ- قناة النيل للأخبار :

بدأت بثها بشكل متزامن مع تحميل القمر الاصطناعي المصري النايل سات ١٠١ بالقنوات المختلفة في ٣١ مايو ١٩٩٨ على مدار ساعتين يومياً ، ليبدأ البث الرسمي مع احتفالات أكتوبر في ١٩٩٨/١٠/٦ على مدار أربع ساعات يومياً ، ليمتد حتى وصل عشرين ساعة يومياً.

ب- **قناة النيل للدراما** :

بدأ بثها الرسمي في ١٥ يوليو ١٩٩٦ على مدى ١٤ ساعة إرسال متصلة يومياً، وكان بثها التجريبي متزامناً مع الاحتفال بعيد الاعلامين المصريين الثالث عشر في ٣١ مايو عام ١٩٩٦حيث تعد باكورة قنوات النيل المتخصصة ، وأول فضائية أطلقها أن يبدأ عمل القمر الاصطناعي

المصري النايلسات "١٠١" عندما كانت تبث على القمر الاصطناعي "بنامسات" ، كما أنها تعتبر أول قناة عربية متخصصة في الشؤون الدرامية بكل أنواعها وأشكالها .

ج- قناة النيل للمنوعات :

بدأ البث التجريبي لهذه القناة بعد بداية تشغيل القمر في ٣١ مايو ١٩٩٨ على مدى أربع ساعات يومياً ، في حين بدأ البث الرسمي لها مع احتفالات أكتوبر في ١٩٩٨/١٠/٦، على مدى ست ساعات يومياً ، زادت إلى ١٦ ساعة يوميا خلال عام ١٩٩٩ –٢٠٠٠ ، قبل أ، تبدأ بثها على مدار الساعة (٢٤/٢٤) مع بداية عام ٢٠٠١ ، وقد دخلت حيز التشفير ، والعمل بنظام المشاهدة مقابل أجر "Pay TV" ، والتوجه لغير الجمهور المصري منذ عام ٢٠٠١.

د- قناة النيل الرياضية :

تزامن إطلاقها مع بدء فعاليات كأس العالم لكرة القدم بفرنسا ١٩٩٨ إذ بدأ البث التجريبي لهذه القناة كإحدى قنوات قطاه القنوات المتخصصة في اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري في ٣١ مايو ١٩٩٨ عبر القمر الاصطناعي المصري ، على مجئ عشر ساعات يومياً لمواكبة أحداث هذه البطولة القارية الكبيرة ، أما البث الرسمي للقناة فقد بدأ مع احتفالات أكتوبر في ١٩٩٨/١٠/٦ ، على مدى ١٢ ساعة إرسال يومياً ، ارتفعت لاحقا لتصل إلى ١٦ ساعة يومياً ، وقد خلت حيز التشفير ، والعمل بنظام المشاهدة مقابل أجر Pay TV وتتولى الشركة المصرية للأخبار CNE توزيع القناة على المشتركين نظير اشتراكات تحدد هي قيمتها.

هـ- قناة النيل للرياضة السوبر :

تم في الأول من يناير عام ٢٠٠٢ البث التجريبي لقناة النيل للرياضة السوبر ، أو كما يطلق عليها البعض الرياضة الثانية في

منظومة قنوات النيل المتخصصة ، ليبدأ بثها الرسمي في ٥ يناير ٢٠٠٢ ، وتعد أول قناة مصرية تأخذ السبق بالبث على مدار الساعة (٢٤/٢٤).

و- قناة النيل للأسرة والطفل :

بدأت قناة للأسرة والطفل التي تعد أول قناة مصرية متخصصة بشؤون الأسرة والطفل إرسالها التجريبي بشكل غير مشفر في ٣١ مايو ١٩٩٨ على مدى ساعتين يومياً ، يعاد بثهما على مدار اليوم ، ليبدأ بثها الرسمي مع احتفالات أكتوبر في ١٩٩٨/١٠/١٦ ، على مدى خمس ساعات ثم ارتفع عدد ساعاتها ليصل مع بداية عام ١٩٩٩ /٢٠٠٠ إلى ١٤ ساعة يومياً.

ز- قناة النيل الثقافية :

بدأت بثها التجريبي غير المشفر في ٣١ مايو ١٩٩٨ على مدى أربع ساعات يومياً ، لتبدأ بثها الرسمي في أوائل أكتوبر ١٩٩٨ويصل عدد ساعات بثها حالياً إلى ١٢ ساعة يومياً.

ح- قناة النيل للتنوير:

بدأت إرسالها التجريبي غير المشفر في ٣١ مايو ٢٠٠١ على مدى أربع ساعات يومياً ، قبل أن يبدأ بثها الرسمي في ٢٠٠١/٩/١ ، وقد كان الاتجاه الأولى ان تكون القناة الثقافية المصرية الثانية إلا أن الأحداث الإرهابية التي تعرضت لها مصر في تلك المرحلة ، وخصوصاً حادثة الأقصر ، جعلت من اسمها قناة التنوير هدفاً لإيضاح وكشف بعض المزاعم الخاطئة التي تصف مصر بالإرهاب ، على طريق تكثيف الدور الإعلامي المصري على الصعيد العربي والدولي.

ط- قناة النيل للمعلومات المرئية Tele Text

تعد هذه القناة النتاج الطبيعي لعصر المعلومات الحالي ، والترجمة الفعلية لمفهوم الصحافة الإليكترونية ، وافتتحت بثها التجريبي صباح الأول من يناير ١٩٩٢ ، قبل أن يبدأ بثها الرسمي متزامناً مع الاحتفال بعيد الإعلاميين المصريين التاسع في ١٩٩٢/٥/٣١ ، على

الإرسال الأرضي ، وعلى مدى خمس دقائق فقط مع إرسال القناة الأولى، ثم زادت مدة الإرسال في ٦ مارس ١٩٩٦ إلى ساعة كاملة يومياً تمتد ما بين العاشرة والحادية عشر صباحاً على القناتين الأولى والفضائية وقناة النيل الدولية ، إضافة إلى بثها لمدة ٤٥ دقيقة على كل من القناة الثالثة ، والقناة الخامسة.

ي- قناة نفرتيتي :

تعد قناة نفرتيتي إحدى قنوات النيل المتخصصة ذات الخدمة العامة ، والتي تهدف إلى زيادة الوعي التثقيفي في الثقافة الصحية المبسطة لأفراد الأسرة المصرية، وقد بدأ إرسالها في عام ١٩٩٨ ، وهي تقدم برامجها المختلفة بمعدل ١٢ ساعة يومياً على القمر الاصطناعي المصري ، بشكل مفتوح وغير مشفر ، لتصل خدماتها إلى أوسع قاعدة ممكنة من الجمهور العام.

ك- قناة حورس:

تأتي حورس جنباً إلى جنب مع قناة نفرتيتي بهدف التواصل الصحي للجمهور ، إلا أن حورس تمتاز بأنها تقدم مستوى صحي أكثر خصوصية ، مما يجعلها قناة تعليمية موجهة للأطباء والمهتمين بالمعلومات الصحية عالية المستوى، وقد بدأ إرسال القناة مع البداية ذاتها لقناة نفرتيتي في عام ١٩٩٨ ، وهي تقدم برامجها المختلفة بمعدل ١٢ ساعة يومياً على القمر الاصطناعي المصري ، وبشكل مفتوح وغير مشفر ، لتصل خدماتها إلى أوسع قاعدة ممكنة من الجمهور المختص في الشؤون الطبية.

ل- قنوات النيل التعليمية :

بدأ بثها الرسمي في الأول من نوفمبر عام ١٩٩٨ بقناة وحيدة تختص بالبرامج المعرفية العامة ، وقد سعت هذه القناة التعليمية (المعرفية) إلى إثراء معارف الجمهور العامة بالقنوات المختلفة ، إضافة إلى القيام بإشهار الكليات الجامعية المصرية عامة ، ولكنها أفادت من

تعدد القنوات الفضائية التي أتاحها النظام الرقمي للقمر الاصطناعي المصري النايلسات ، فتعددت بدورها القنوات التعليمية وتنوعت ، وبدأت تختص كل منها في قطاع تعليمي معين ، ابتداء من التعليم الابتدائي وحتى التعليم العالي والبحث العلمي ، وقد بلغ إجمالي عدد ساعات إرسالها خلال عام ٢٠٠٢/٢٠٠١ إلى ٣٠٩٦٠ ساعة إرسال ، بمتوسط قدره ٨٦ يوميا لمجموع القنوات، وأهم قنواتها:

- قناة المنارة للبحث العلمي :

تعكس اهتمام مصر المتزايدة بأهمية البحث العلمي في تطوير المجتمع وتقدمه، وبدأ إرسالها التجريبي في الأول من نوفمبر ١٩٩٨ على مدى ساعة واحدة يومياً ، قبل أن يبدأ إرسالها الرسمي متزامناً مع الاحتفال بعيد الإعلاميين في ٦ يونيو ١٩٩٩ على مدى أربع ساعات يومياً من الساعة الرابعة حتى الثامنة.

- قناة النيل للتعليم العالي :

تعمل على رفع كفاءة التعليم العالي الجامعي وبدأ ارسالها التجريبي في الأول من نوفمبر عام ١٩٩٨ ، قبل ان تفتتح رسمياً في الأول من ابريل عام ١٩٩٩ ، على مدى إرسال ١٢ ساعة يومياً وتعمل

- قناة المعارف :

لا تقدم برامج المناهج الدراسية المقررة ، لكنها تسعى إلى اثراء معلومات وثقافة المشاهدين بعيداً عن أي مقررات منهجية ، وقد بدأت بثها في العام ١٩٩٩ على مدى ساعتين فقط يومياً ، تمتد ما بين من العاشرة صباحاً حتى الثانية عشرة ظهراً، لكن تعاد هذه الفترة ست مرات خلال الواحد ، ليبلغ معدل ساعات بثها اليومي ١٢ساعة.

- قناة النيل لمحو الأمية :

تسعى إلى تقديم المهارات الأساسية في القراءة والكتابة وتعلم ألف باء الأبجدية لمن لازالوا يعانون من أمية شاملة ، إضافة إلى كونها تعمل على إشهار مفهوم تعليم الكبار، وبدأ بثها التجريبي متزامناً مع عيد

الإعلاميين السابع عشر في ٣١ مايو ٢٠٠٠ ، وعلى مدى ست ساعات يومياً قبل أن يبدأ بثها الرسمي في عام ٢٠٠٢ .

- قناة النيل للتعليم الابتدائي :

تتوجه لأطفال المرحلة الابتدائية ، وبدأ بثها في الأول من نوفمبر عام ١٩٩٨ ، إذ امتد الإرسال على مدى ثلاثة ساعات يومياً ما بين العاشرة صباحاً والواحدة ظهراً ، على أن يعاد هذا البث ثلاث مرات خلال اليوم ، ليصبح متوسط بثها اليومي تسع ساعات.

- قناة النيل للتعليم الثانوي :

تقدم برامج للمناهج الدراسية للمرحلة الثانوية الثلاث، وبدأ إرسالها الرسمي في الأول من نوفمبر عام ١٩٩٨ ، وعلى مدى خمس ساعات يومياً ، تمتد من التاسعة صباحاً وحتى لثانية ظهراً ، على أن يعاد هذا البث ثلاث خلال اليوم ، ليصبح متوسط ساعات بثها اليومي ١٥ ساعة.

-قناة النيل للتعليم الفني :

تهتم بإنتاج البرامج الخاصة بمناهج التعليم الفني بفئاته المتنوعة من تعليم اصطناعي وزراعي وفني وتجاري ، وبدأ إرسالها الرسمي مع بداية باقة التعليم الأساسي ، وعلى مدى أربع ساعات يومياً ، تمتد من التاسعة صباحاً وحتى الواحدة ظهراً ، على أن يعاد هذا البث ثلاث مرات خلال اليوم ، ليصبح متوسط ساعات بثها اليومي ١٢ ساعة.

- قناة النيل لتعليم اللغات :

تهتم بتعليم طلاب المراحل المختلفة وجميع المهتمين باللغات الأجنبية ، وقد انطلقت بعد أن بدأت قنوات التعليم الأساسية الأخرى ، وتبث إرسالها بمعدل ٣ ساعات يومياً ، تمتد من الواحدة ظهرا ، وحتى الرابعة عصراً على أن تعاد أربع مرات في اليوم ، ليصبح مجموع ساعات بثها ما يقارب ١٢ ساعة يومياً.

٣- منظومة القنوات الفضائية السعودية :

استأجرت السعودية مع نهاية عام ١٩٩٠ قناتي التلفزيون الجماعي "غزيرتي الإشعاع"على القمر الاصطناعي العربي لتخصيصها لبث برامج القناتين عبر أثير الفضاء ، وبعد انتهاء العمر الافتراضي للقمر الاصطناعي العربي الأول "عربسات AI" واصلت القناتين إرسال برامجها عبر القمر الاصطناعي العربي "عربسات A2" باتجاه ٢٦ درجة شرقاً ، وتعد القناة السعودية الفضائية الأولى امتدادا أول محطة خليجية تبث إلى كافة أرجاء الوطن العربي في نهاية عام ١٩٩٠ اما تحول القناة الثانية للبث على العربسات فكان بهدف التغلب على مشكلة المناطق النائية البعيدة عن هوائيات المحطات الأرضية ، وتبث هذه القناة برامجها باللغتين الإنجليزية والفرنسية كونها قناة تستهدف الجمهور المسلم غير الناطق باللغة العربية الزائر للسعودية بهدف تأدية الشعائر الدينية ، أو المقيم فيها أو حتى خارجها ، وعليه تركز خدمات القناة على البرامج الدينية بالدرجة الأولى .

٤- منظومة القنوات الفضائية الإماراتية :

تملك الإمارات ثاني اكبر منظومة من الفضائيات الرسمية ، بعد جمهورية مصر العربية ، ويساعد موقع دبي كمركز إعلامي على مستوى الشرق الأوسط هذه المنظومة بالتوسع والامتداد ، لتشمل إضافة إلى القنوات العامة المتخصصة ، المفتوح منها والمشفر ، **وأهم هذه الفضائيات:**

أ- قناة أبو ظبي الفضائية :

أطلقت القناة بداية برنامجها الأرضي الثاني على البث الأرضي عام ١٩٨٣ لخدمة الأجانب المقيمين في الإمارات العربية المتحدة ، منذ ١٥ نوفمبر عام ١٩٩٢ بدأ إرسالها بشكل منتظم ، ويعتبر شعارها "الصقر" تجسيداً لرمز الأصالة العربية ، وهي تتمتع بشخصية اعتبارية مستقلة ، وقد أصبحت لاحقاً تتبع تلفزيون دولة الإمارات العربية المتحدة، الذي يتبع بدوره مؤسسة الإمارات للإعلام التي تمولها منذ

إنشائها في عام ١٩٩٩ ، وقد ظهرت بثوبها الحالي لأول مرة في ٣٠ يناير ٢٠٠٠ بعد توقف دام لشهر واحد أعقاب الظهور الرسمي للقناة التي تبث على مدار الساعة.

وتسعى القناة الفضائية إلى تحيق جملة من الأهداف تتشارك بها مع بقية الفضائيات الإماراتية مع التركيز على ما يخصها باعتبارها تتخصص في الشؤون القومية العربية أكثر من تخصصها في الشؤون المحلية ، كونها قناة فضائية ومحلية في وقت واحد ، **ومن هذه الأهداف:**

- دعم القضايا القومية الأساسية ، ومجلس التعاون الخليجي لدول الخليج العربي.
- التركيز على موضوع التضامن العربي ، وما يجمع بين أقطار الوطن العربي.
- دعم المسيرة الاتحادية وتعزيز مفهوم الاتحاد تجاه دولة الإمارات العربية المتحدة.
- الالتزام بمبادئ الإسلام ، وتعاليمه ، والدعوة للتمسك بهذه المبادئ.
- ربط الجاليات العربية بالوطن الأم وتجسيد الهوية الثقافية للأمة العربية.
- تنمية الذوق والإبداع الحضاري ، وتقديم الترفيه كونه حاجة إنسانية.
- تقديم معلومات عن الوطن العربي ، وما يحصل من تطورات على أرضه.
- تقديم صورة عن الإنجازات التنموية والملامح الثقافية للمجتمع الإماراتي للمشاهد العربي داخل وخارج الوطن العربي.
- تحسين صورة العرب في الداخل والخارج ، والعمل على مقاومة كل أشكال التشويه للحقيقة العربية والإسلامية ، وإبراز الصورة المضيئة للحضارة العربية والإسلامية .

ومن أجل تحقيق هذه الأهداف تبث قناة أبوظبي إرسالها على أقمار اصطناعية عدة ، بدأتها على العربسات " A1 " ثم " A2 " قبل أن يبدأ بالبث على النايلسات ، إضافة للقمر الاصطناعي الأوربي "الأوربي "الهت بيرد" والقمر الأمريكي "تلستار ٥" ، وبهذا يغطي إرسال القناة جميع أنحاء الوطن العربي ، ومنطقة الشرق الأوسط إضافة إلى مناطق كثيرة من الهند، وباكستان ، وإيران ، وتركيا ، ودول شمال حوض البحر الأبيض المتوسط، واليونان ، وإيطاليا ، وفرنسا ، وأسبانيا ، والبرتغال ، وصربيا والجبل الأسود ، ودول إفريقيا في جنوب الصحراء الكبرى ، ودول شرق ووسط إفريقيا حتى خط الاستواء.

وتقدم القناة على مدار الساعة باقة من البرامج الإخبارية والسياسية والحوارية والاقتصادية والرياضية والاجتماعية والثقافية والمنوعات والوثائقية وإحياء التراث ، والتراث ،

والترفيهية من دراما تلفزيونية وأفلام عربية وأجنبية ، وتنتج القناة ما يقارب ٩٠ % من هذه البرامج ، كما تدعم وتمول الانتاج الدرامي الخليجي والعربي ، في حين لا تتعدي نسبة البرامج الأجنبية ١٠ % فقط وهي تقتصر على فيلم السهرة الاجنبي الترفيهي ، إلى جانب الأفلام العربية الأخرى.

أما على صعيد الخدمة الإخبارية والسياسية تبث فترة إخبارية كل ثلاث ساعات ، وبمعدل ثمانية ساعات إخبارية تتوزع ضمن ثماني فترات على مدار اليوم ، مع زيادة عدد المراسلين من جميع أنحاء العالم، ليتماشي ذلك مع طبيعة خدماتها ، إضافة لإنشاء مركز أخبار يعتبر من أضخم المركز الإخبارية في العالم ، وهو يشكل مصدراً موثوقاً لبث أخبار ، تتمتع بالمصداقية والحرية ، وتتابع الأخبار من مصادرها الأساسية ، مع استقطاب أفضل الكفاءات الإعلامية من مذيعين ومراسلين ومعدين ومخرجين من شتى أنحاء العالم من أجل هذا المركز ، لتحقيق نقله نوعية على مستوى الخدمة الإخبارية ، والتي يمكن تلمسها عبر أسلوب يعتمد أرقى الركائز الإخبارية العصرية ، كما يعد للقناة من لندن برنامجين إخباري واقتصادي يومياً ، مع نافذتين على أوربا ، إضافة إلى لبرنامج أسبوعي ، وذلك بهدف تأسيس شبكة عبر الدول الأوربية ، لتكون أول محطة ، وأول نقلة طموحة لتلفزيون أبو ظبي خارج حدود الإمارات، كما تتلقى يومياً رسالتين من وكالة يومياً رسالتين من اتحاد إذاعات الدول العربية ، وثلاث رسائل من اتحاد إذاعات الدول الأوربية ، ورسالتين من وكالة رويترز للأنباء ، ورسالة واحدة من وكالة الأنباء العالمية (WTN) ورسالة واحدة من الفضائية الفرنسية ، إضافة إلى التبادلات الثنائية مع مختلف الدول والقنوات المتخصصة مثل : شبكة CNN العالمية ، ومن أشهر برامجها الإخبارية والسياسية إضافة إلى النشرات المفصلة والموجزة : "مدار الأحداث ، ومواجهة ، ومقص الرقيب ، ومجرد سؤال ولك.

وبذلك استطاعت خلال عامين فقط من ظهورها بزيها الفضائي على تقديم خدمات إخبارية متميزة ، كما احتلت لنفسها مكانها على الخارطة العربية والإقليمية والدولية ، وهذا ما أهلها لنيل جائزة أفضل تغطية إخبارية سياسية عربية للعام ٢٠٠٠ في الصحافة المرئية ، عن تغطيتها للصراع العربي الإسرائيلي في جنوب لبنان ، والانسحاب الإسرائيلي منه .

لكن مع التغيرات السياسية الأخيرة في دولة الإمارات وخاصة ما يتعلق بمفاصل الحكم في الدولة تحول الاهتمام نحو قناة دبي الفضائية ليتدنى الاهتمام وتخف الوتيرة الإخبارية في القناة (بعد إجراء الدراسة التحليلية للبحث الحالي) ، لكن تبقى سمعة وحيوية قناة أبو ظبي الذي جعلها تتكيف مع الولايات المتحدة الأمريكية على العراق إلى قناة إخبارية، تماما كما أوقفت جميع برامج المنوعات على خارطة إرسالها ، وقد أسهمت الاستعدادات والإجراءات المتخذة قبل وأثناء الحرب في تحديث أدائها وتوظيف كل الإمكانيات لتغطية الحدث ، وكما كان للقناة قبل ذلك أكبر عدد من المراسلين في فلسطين (٧ مراسلين) أضحى للقناة أكبر عدد من المراسلين في العراق (١٤ مراسل) .

ب) القناة الفضائية الإماراتية :

انفصلت عن قناة أبو ظبي الفضائية في ٨ يناير ٢٠٠٠ ، ابتدأ إرسالها في ١٥ يناير عام ٢٠٠٠ كمحطة ذات خدمة عامة وشاملة تتوجه لكافة شرائح المجتمع الإماراتي داخلياً وخارجياً ، وهي تتبع القناة الفضائية الإماراتية ووزارة الإعلام الإماراتية ، ومؤسسة الإمارات للإعلام، التي انطلقت في يناير ١٩٩٩ ، بعد دمج الإذاعة والتليفزيون ومؤسسة الاتحاد للصحافة والنشر والتوزيع في مؤسسة واحدة تشرف على العمل التليفزيوني والإذاعي والصحفي في الدولة .

جـ) قناة أبو ظبي الرياضية :

شكلت استضافة دولة الإمارات لنهائيات كأس الأمم الأسيوية لكرة القدم في عام ١٩٩٦ مناسبة هامة لبدأ قناة أبو ظبي الرياضية بثها التجريبي على الهوائيات الأرضية ، لكنها لم تبدأ بثها الرسمي إلا في فبراير ١٩٩٧ على مدى ست ساعات يوميا فقط على البث الأرضي ذاته ، لتخرج في ٢٩ أغسطس ١٩٩٩ إلى الفضاء العربي عبر البث من خلال القمر الاصطناعي العربي .

د) قناة دبي الفضائية :

بدأت قناة دبي الفضائية البث التجريبي عام ١٩٩٢ ، على مدى ساعتين يومياً ، قبل أن ينطلق البث الرسمي للقناة في ١٧ تشرين الأول / أكتوبر من العام ذاته ، ولقد كانت قناة دبي الفضائية أول محطة فضائية عربية تبث على مدار الساعة منذ اليوم الأول لإرسالها الرسمي المنتظم ، كما أصبحت في ٦ ديسمبر ١٩٩٣ ، تبث إرسالها على ستة أقمار اصطناعية لتكون أكثر القنوات الفضائية العربية انتشارا ، وثاني أكبر قناة فضائية من حيث التغطية الجغرافية في العالم .

هـ) قناة دبي الاقتصادية الفضائية :

بدأ التخطيط لها انطلاقا من عام ١٩٩٩ ، قبل أن تبدأ بثها الرسمي مع أوائل عام ٢٠٠٠ ، وتزداد أهميتها انطلاقا من موقع دبي كسوق تجاري عالمي.

و) قناة دبي ٣٣ الفضائية :

تعد امتداداً لقناة دبي "٣٣" الأرضية التي أطلقتها إمارة دبي عام ١٩٧٨، وتستخدم اللغة الإنجليزية لمخاطبة الأجانب المقيمين في الدولة ، وبدأ بثها التجريبي فضائياً في ٢٠٠٢/١٠/١ ، على مدى ٤ ساعات يومياً ، قبل أن تنطلق رسمياً في ٢٠٠٢/١٢/١ ، على مدى ١٢ ساعة.

ز) قناة دبي الرياضية الفضائية :

انطلق بثها التجريبي في نوفمبر ١٩٩٨ ، والرسمي في ١٩٩٨/١٢/٢ على العربسات A2 وتعد (قناة المشاهير) أو قناة عربية رياضية تخصصية ذات خدمة عامة ، غير مشفرة .

ح) قناة سما دبي :

ابتدأت عام ٢٠٠٥ كقناة ترفيهية تغطي بالدرجة الأولى المهرجانات التي تستضيفها دولة الإمارات العربية المتحدة .

ط) قناة الشارقة الفضائية :

هي ثالث إمارة بعد أبو ظبي ودبي تفتتح قناة باسمها الخاص ، وتحولت إلى قناة فضائية ابتداء من ١٩٩٦/٩/١٥ ، حين بدأت إرسالها التجريبي على القمر الاصطناعي العربي "A2" قبل أن تبدأ بثها الرسمي في ١٩٩٦/١٠/١.

ل) قنوات المناسبات :

غالبا ما تكون فترات بث هذه القناة مؤقتة تبدأ مع بداية الحدث وتنتهي مع نهايته ، ومنها قناة تغطية المسابقة الدولية لحفظة ومرتلي القرآن الكريم ، أو المؤتمر العالمي الاقتصادي الذي استضافته دبي أواخر العام .٢٠٠٣

٥ ـ منظومة القنوات الفضائية الكويتية :

أ) الفضائية الكويتية الأولى :

انطلق إرسالها التجريبي فضائيا في ١٩٩٢/٧/٤ على أثير القمر الاصطناعي العربي عربسات "A1" ، قبل أن تتوقف مدة تحضيرية لتعود ببثها الرسمي المتواصل ابتداء من الأول من أكتوبر ١٩٩٢ ، على مدار الساعة .

ب) القناة الفضائية الكويتية الثانية :

بدأ إرسالها الأرضي أول مرة في ديسمبر ١٩٧٨ ، ليتوقف بثها مع بداية احتلال النظام العراقي السابق للكويت ، لتعود بعد التحرير في ٢٢ يوليو ١٩٩١ للعمل من جديد ، وقد بدأ بث هذه القناة فضائياً عبر

القمر الاصطناعي العربي "عربسات D2" دون تشفير ، باللغة الإنجليزية.

جـ) القناة الفضائية الكويتية الثالثة "قناة الشباب والرياضة" :

انطلق بث القناة الفضائية الكويتية الخاصة بالشباب والرياضة مؤخراً على القمر الاصطناعي المصري "النايلسات" ، ولمدة شهرين قبل أن يبدأ بثها الرسمي بشكل مستمر .

د) القناة الفضائية الكويتية الرابعة "Kuwait Plus" :

تستهدف الجمهور الكويتي المغترب في أمريكا الشمالية والجنوبية والوسطى تحديداً ، وعلى هذا فهي تعتمد في توقيتها الرسمي على التوقيت العالمي لمدينة نيويورك .

٦- منظومة الفضائيات البحرينية :

أطلقت البحرين إرسال فضائيتها العامة في الأول من أكتوبر ١٩٩٦ عبر القمر الاصطناعي العربي العربسات ، ومع منتصف عام ٢٠٠٣ ، بدأت الحكومة البحرينية بالتحضير لاطلاق منظومة فضائية متكاملة حيث استأجرت خمس قنوات أطلقت ثلاث منها ، تضم القنوات البحرينية العامة والأجنبية والرياضية ومع نهاية العام نفسه أطلقت البحرين إضافة للقناة البحرينية العامة قناتي البحرينية الفضائية ٥٥ ، وهي قناة ثبت باللغة الإنجليزية ، والقناة الفضائية البحرينية الرياضية.

٧- القناة الفضائية القطرية :

أطلقت قطر فضائيتها العامة لتقدم خدمة عامة أوائل عام ١٩٩٣ على العربسات "A2" لتطور خدمة الكابل السارية في الامارة ، واستمر ذلك حتى بداية عام ٢٠٠١ حين سمحت الحكومة القطرية بتملك هوائيات الاستقبال الفضائية مباشرة دون أي وسيط كابلي .

٨- القناة الفضائية السورية :

بدأت الفضائية السورية بثها التجريبي في ٤يونيو ١٩٩٥ ، على القمر الاصطناعي العربي البديل "idr" لمدة تحضيرية ، وانطلق البث

الرسمي بشكل منتظم للقناة في ١٣ يوليو ١٩٩٥ ، على مدى ١٦ ساعة يومياً قبل أن يستقر عدد ساعات البث على مدار الساعة (٢٤/٢٤) ابتداء من سبتمبر عام ١٩٩٩ ويميزها كلياً شغل جميع ساعات بثها بطابع الإنتاج المحلي.

٩- القناة الفضائية الأردنية :

بدأت بثها التجريبي في الأول من فبراير ١٩٩٣ عبر استئجار القناة رقم ٢٤ على القمر الاصطناعي العربي "عربسات 1-C" ، ويمتد البث على مدى ١٨ ساعة يومياً.

١٠- القناة الفضائية الفلسطينية :

بدأت إرسالها في ١٩٩٥/٧/١ من مدينة غزة التي تعد المقر الرئيسي للقناة ، وتنطلق برامج القناة الفضائية الفلسطينية التي تشرف عليها السلطة الفلسطينية إداريا وماديا بعيدا عهن سيطرة وزارة الإعلام الفلسطينية ، لتبرز أوجه النضال ضد الاحتلال الإسرائيلي .

١١- الفضائية اللبنانية الحكومية (TL) :

بدأت الفضائية اللبنانية الحكومية بثها لفترة بسيطة قبل أن تتوقف في ٢٠٠١/٢/٢٨ نتيجة لتوقف التليفزيون الأرضي نفسه ، نتيجة الخسائر المادية التي تعرضت لها ، إضافة إلى تدخل العديد من السلطات والجهات السياسية في سياسته البرامجية ، وأعيد افتتاحه مرة أخرى بعد إعادة هيكلته وتسريح العمالة الزائدة به ، ولازال يتوقف بثه بين الفينة والأخرى .

١٢- الفضائية العراقية الحكومية (قبل توقفها) :

احتفالا بالعيد الوطني العراقي في ١٧ يوليو ١٩٩٧ أطلقت العراق بث فضائيتها التجريبي ، عبر أثير "النايلسات ١٠١" ومن ثم "العربسات" ، على مدى أربع ساعات يومياً ، ليستقر بعدها الإرسال على مدار الساعة .

١٣- القناة الفضائية الليبية :

انطلقت القناة الليبية في ١٩٩٦/٥/١٥ ببث تجريبي على القمر الاصطناعي الدولي الإنتلسات ٢ ، قبل أن تفتح إرسالها رسمياً في ذكرى العيد ٢٧ لثورة الفاتح من أيلول في١٩٩٦/٨/٣٠ .

١٤- منظومة القنوات الفضائية السودانية :

تمتلك السودان قناتين فضائيتين ، بدأتهما بالقناة السودانية الرئيسية الموجهة للشعب السوداني المحلي بالدرجة الأولى ، والتي انطلقت بإرسالها الفضائي التجريبي في الأول من ديسمبر ١٩٩٤ على أثير القمرين الاصطناعيين العربي بجيله الأول "DR" والدولي "الإنتلسات" ، قبل أن تبدأ إرسالها الرسمي في الأول من يونيو ١٩٩٥ ، وابتعتها بقناة النيل الأزرق التي تخاطب الجمهور العربي والأفريقي ، وتتلقى دعم فئات وجهات عدة من السودان وخارجها ، أبرزهم شبكة راديو وتليفزيون العرب التي يمتلك ٦٠% من أسهمها .

١٥- القناة الفضائية التونسية :

بدأت البث التجريبي في ٢٤ تشرين الأول / أكتوبر ١٩٩٢ قبل أن ينطلق بثها الرسمي بشكل منتظم في ٧ تشرين الثاني/نوفمبر ١٩٩٢ عبر "اليوتلسات 2F3" ، ثم "العربسات A2" .

١٦- القناة الفضائية المغربية الحكومية :

أطلقت المغرب فضائيتها عبر القمر الاصطناعي الأوروبي "اليوتلسات 2F3" ، في ١٩٩٣/٣/٣ ، إضافة للاستفادة من خدمات القمر الاصطناعي العربي بجيله الأول .

١٧- القناة الفضائية الجزائرية :

أطلقت الجزائر قناتها الفضائية عبر القمر الاصطناعي الأوروبي "اليوتسلسات 2F3" ، في آب/أغسطس ١٩٩٤ ، قبل أن تبدأ بثها الرسمي في تشرين الأول أكتوبر.

١٨- **القناة الفضائية الموريتانية "TV.M"** :

بفضل مساعدات مالية قدمت لها على هيئة قروض سواء من الاتحاد الأوروبي أو من فرنسا وألمانيا أطلقت موريتانيا فضائيتها الحكومية في الأول من ديسمبر ١٩٩٤ عبر أثير الجيل الأول من القمر الاصطناعي العربي "العربسات DR" .

١٩- **فضائية دولة جيبوتي** TV of the Republic of Djibouti :

تبث على أثير القمر الاصطناعي العربي "A3" ، والمعلومات الموجودة عن هذه القناة تكاد تكون نادرة ، ولا يمتد إرسالها سوى مدة تقل عن ٦ ساعات يومياً ، تمتد من بين الخامسة بعد الظهر ، والحادية عشرة ليلاً .

ثانياً : القنوات الفضائية العربية الخاصة :

١- **مركز تليفزيون الشرق الأوسط** "MBC1" :

بدأ بث إرساله من لندن في ١٨ سبتمبر ١٩٩١ كأول قناة عربية مستقلة مملوكة من قبل القطاع الخاص بين المحطات التليفزيونية العربية التي تبث إرسالها عبر الأقمار الاصطناعية .

ومركز تليفزيون الشرق الأوسط شركة تجارية خاصة تعود ملكيتها للممولين السعوديين : محمد إبراهيم ، والشيخ وليد إبراهيم، حيث لقى المال السعودي الخاص تشجيعاً رسمياً لخوض غمار التجربة الفضائية من خارج المملكة ، لكي تبقى الدولة بعيداً عن اللوم والمحاسبة في حال تجاوزت القناة أي حدود للآخرين ،كما كان "الشيخ صالح كامل" صاحب شركة "دلة البركة" يشارك مع انطلاقه المركز بنسبة (٣٠%) من ملكية القناة ، لكن سرعان ما قامت هذه الشركة ببيع نصيبها

من رأسمال المؤسسة لتنشئ مؤسسة راديو وتليفزيون العرب "ART" المستقلة عنها.

وبالتالي تألف رأسمال القناة عند إنشاءها قرابة ٣٠٠ مليون دولار، كما تعد مجموعة "ارا" الدولية التي تملك أيضا وكالة أنباء يونايتدبرس ، وراديو "سبكترم" من لندن الذي يبث بالغة العربية (MBC FM) الموجه للجزيرة العربية وتعمل على مدار الساعة ، وشركة آرا للكيبل التلفزيوني ، الشركة الأم للمركز.

وتبث محطة MBC خاليا ٢٤/٢٤ ساعة دون أي توقف ، بعد أن كانت قد بدأت إرسالها على مدى ست ساعات يوميا فقط ، ويغطى دخل الإعلان ما يصل إلى ٦٠% .

هدفت قناة "MBC " منذ البداية أن تكون قناة إخبارية متخصصة، فقد حرصت في أول أربعة أسابيع على انطلاقتها على تقديم (١٤) مقابلة مع زعماء عرب في خلال نشرات أخبارها ولكن سرعان ما تحولت لتصبح قناة عامة تقدم مختلف المنوعات ، وذلك بسبب ندرة القنوات الفضائية العربية فل انطلاقتها ، و عدم وجود منافس أخباري متخصص لها ن مما جعل خدمتها العامة هدفا للوصول إلى اكبر الشرائح ، ورغبة في إرضاء الأذواق العربية للجمهور المتابع .

وعلى هذا اكتفى مركز تليفزيون الشرق الأوسط بتأسيس قطاعا الأخبار والشؤون الجارية بقناته العامة ،بحيث تتنافس فيه افضل الشبكات الإخبارية في العلم وبالتالي كان هيكل تنظيم عملياتها يسمح لها بإجراء تغطية سريعة وفعالة لكافة الوقائع العالمية والرئيسية ' مع تميز في إعداد البرامج الوثائقية ، مثل حرب الخليج ، والمتهم – عن دور اريل شارون بمذبحة صبرا وشتيلا – وديانا ، أوراقة السياسية حتى أنها أصبحت مصدرا لكبريات المحطات الإخبارية في أكثر من مرة ، أبرزها حرب اليمن الشمالي والجنوبي إضافة لتغطيتها المتميز في حرب البلقان

والشيشان وأفغانستان ، معمدة في ذلك على النمط الغربي السريع في تقديم الأخبار والتحليلات السياسية ، ومناقشات المادة المستديرة .

لقد أتاحت السياسة البرمجية والإعلانية الناجحة للقناة من تأسيس وحدات إنتاج خاصة لتسجيل الموسيقى والبرامج المنوعة في كل من بيروت والقاهرة والرياض قدم لها عشرات البرامج المميزة الخاصة إضافة لتعاقدها مع كبار الشركات المنتجة العربية والأجنبية ومحطات الهيئات التليفزيونية الخاصة لها ن و كذلك محطة "CNN" الاخبارية لتقديم لها تقارير عن العلم العربي ن والاستفادة من برامجها وتغطيتها ن إضافة للتغطية الحصريه لاكبر البطولات والنشاطات الرياضية.

وتهدفMBC من خلال جميع برامجها إلى تحقيق هداف ثقافية ومعرفية للموطن العربى إضافة للجانب التوجيهي والربح التجاري حيث حدد "وليد بن إبراهيم" رئيس مجلس الإدارة **أهداف مركزه من خلال ما يلى :**

- العمل على ربط المقيمين والعاملين في أوربا بثقافاتهم ووطنهم العربى، تحقيقها للشعار الذى تعرف به نفسها "العالم من خلال عيون عربية ".
- تسعى المحطة من خلال ما تقدمه من نشرات أخبار و برامج ومنوعات عائلية إلى اشباع المشاهد العربى بالإضافة إلى تقديم له كل ما يفيد من برامج تعليمية وثقافية وأفلام وثائقية .
- تقديم خلفيات الأحداث على الساحة الدولية والإقليمية بعيون ورؤيا عربية ، من خلال توفير طاقم مخصص ومميز من المحللين والمعلقين والمتخصصين.

وتبث MBC عبر الأقمار اصطناعية عدة ، وشركات كابل أرضية، وتوزيع جماعي متعدد عن طريق الميكرووف MMDC ليغطى إرسال

منطقة أوربا وشمال أفريقيا والشرق الأوسط وإيران والولايات المتحدة وإضافة إلى الجمهورية المنشقة عن الاتحاد السوفيتى

٢ـ قناة العرب الإخبارية :

أطلق مركز تليفزيون الشرق الأوسط قناته الإخبارية المتخصصة في ٢٠٠٣/٢/٢٠لتكون خدمة متخصصة على صعيد الأخبار والمعلومات وخلفياتها الموسعة والمباشرة ، وخاصة مع توا جد البنية التقنية والخبرات البشرية والأرشيف الغنى ، فحلم التخصص الإخباري MBC القديم بقا قائما لدى ممولي المركز ليصبح هذا الهاجس ضروري مع إبراز المحطات الإخبارية المتخصصة العربية وخصوصا قناة الجزيرة و من هنا جاء إطلاق القناة العربية المتخصصة بالأخبار والبرامج الإخبارية والسياسية والرياضية التي بدأت بثها الفعلي في ٢٠ يناير ٢٠٠٣ ويمكن اعتبار أن أحداث ١١ سبتمبر وتوابعها إضافة لتصاعد الأحداث في فلسطين والعدوان الذي كان متوقعا على العراق أدت إلى الإسراع بإطلاق القناة التي شكل العدوان الأمريكي البريطاني على العراق في مارس ٢٠٠٣ أول امتحانات تغطيتها الفعلية في ساحة المنافسة الفضائية العربية المتخصصة .

ويدخل في شراكة ملكية قناة العربية المستقلة بذاتها ، وميزانيتها عن قناة MBC إضافة إلى مالكى قناة MBC من مجموعة ارا شركاء من مجموعة رجال أعمال كوتيين ولبنانين و هذا ليطلق MBC 3 على اعتبارها غير مملوكة لمركز تليفزيون الشرق الأوسط وحدة .

ولقناة العربية مجلس إدارة وينص نظامها الداخلي على أنها متخصصة في الأخبار والبرامج السياسية والوثائقية ،وقد خصص لها استوديوهات مجهزة بأحدث التقنيات ،وتم تزويدها بطاقم من المذيعين والفنيين ،الذين انتقوا بعناية من أصحاب الخبرة في المجال الإخباري من مختلف الدول العربية مثل سوريا ، ومصر ولبنان ، والاردن ، وسلطنة

عمان ، وفلسطين ، كما تبث القناة ارسالها على ثلاثة اقمار هى النايلسات والعربسات واليوتسات.

وقد ساعد (العربية) على تقديم خدمات خاصة تملك شركاتها المالكة لوكالة "اليونايتد برس"وتعاقدها مع شركة "CNN" الإخبارية على التبادل البرمجي وتبادل الخدمات كذلك تعاقدها مع محطة (BBC) على تقديم احدث وافضل برمجها الوثائقية والتسجيلية .

أن إطلاق قناة العربية ،لابد أن يتولد صراعا خفيفا ومنافسا مشهودة وشرعية بين القنوات الأخبارية المتخصصة الغربية وخصوصا قناة الجزيرة المتخصصة الفضائية ذات الثقل الأكبر على هذه الساحة وفق نتائج معظم الاستطلاعات والدراسات العربية ومن احدث نماذج المنافسة هذه ما أحدثه فجر الاثنين ٢٢مارس ٢٠٠٤ لحظة اغتيال مؤسس حماس "الشيخ الشهيد احمد يس " وتسعة من مرفقيه حيث كان هذا الحدث مولد خبر نموذجي للصراع قد أذاعت العربية الفضائية الخبر جبل الجزيرة بسبعة دقائق كاملة وهذا زمن كبير جدا في مقياس السباق الفضائي المستتر بين القناتين وعلية نال مراسل العربية في غزه وائل دحدوح الذي انفرد بالخبر مكافاه ضخمة من مسؤلى القناة وجاء هذا الخبر ليعيد الحرب الباردة بين القنوات الأخبارية المتخصصة التي اندلعت مع الغزو الأمريكي البريطاني للعراق العام الماضى وقد وافقت العربية تقنيا وزمنيا كما وافقت لفظيا في صياغة الخبر عندما استخدم لفظ استشهاد في خبرها الاول بينما فضلت الجزيرة تعبير "اغتيال" ووصف أحد مصادر الجزيرة بالارتباك وان هذا هو السبب المباشر في اختيارهم لفظ اغتيال عندما بث الخبر .

٣- **قناة** "CH"MBC TOW .

أطلقت من مملكة البحرين ، بإدارة الخبير العالمي "ايوديان" الذي يرى في هذه القناة ضرورة مواجهة بالمقام الأول للشباب العربي بهدف عرض البرامج والأفلام الخاصة تحديدا باستخدام هوليود مع بعض المسلسلات الدرامية والبرامج الترفيهية الأجنبية ، و يدخل في ملكيتها شركاء من البحرين والولايات المتحدة الأمريكية وهؤلاء الشركاء الأمريكيين هم بالأساس من منتجي الأفلام في هوليود وبالتالي يسيطر على القناة الإنتاج السينمائي الأمريكي الحديث.

٤- منظومة شبكة راديو وتليفزيون العرب الفضائية "ART" :

تتبع ART"مجموعة دلة البركة التجارية الخاصة ومقرها جدة ويمتلكها الشيخ صالح كامل السعودي كما دخل الأمير وليد بن طلال شريكا في هذه الشبكة بنسبة ٣٠% وتعد أول شبكة فضائية عربية تقدم قنوات متخصصة و بدا إرسالها التجريبي في ١٣ أكتوبر ١٩٣٣ عبر القمر (ARAB SAT- IDR) إلا أن البداية الرسمية كانت في ١٨ أكتوبر ١٩٩٣ عبر بث القناة العامة فقط وألان تقدم قنوات غير مشفرة مثل عين الأوائل AIN أقرا للبرامج الدينية التي أطلقت في ٢١ أكتوبر ١٩٩٨ و art الأطفال arteenz كأول قناة فضائية أو أرضية متخصصة للأطفال في العالم العربي ، والتي بدأت إرسالها في ١٩٩٣/١٢/٢٣ ، والمناهج التي بدأت إرسالها في نوفمبر ٢٠٠٠ ، والهوا سوا لتليفزيون الواقع ، كما تقدم من القنوات المشفرة الرياضية الأولي (١ ART SPORTS) التي بدأ إرسالها في ١٦ نوفمبر ١٩٩٣ كأول قناة عربية متخصصة في الرياضة ،والقناة الرياضية الثانية (ART SPORT 2) في يناير ٢٠٠١ ، وقناة الأفلام الأولي " aflam1ART " في يناير عام ١٩٩٤ ، وقناة الأفلام الثانية " ART Aflam2" في الأول من أغسطس عام ٢٠٠٣ ، وقناة السينما(ART CINEMA) ،في ٢٥ نوفمبر٢٠٠٣ ،وقناة المنوعات (art variety) في ١٥ أكتوبر ١٩٩٣ ،

وقناة علي كيفك (ART 6) في شهر سبتمبر ١٩٩٧، وقناة المعارف (ART 6) في ١٥نوفمبر ١٩٩٧ ، ودخلت التشفير في منتصف مارس ١٩٩٨ ، وقناة الحكايات وقناة الموسيقى (ART Music) في ٢١ يوليو ١٩٩٤ وقناة الطرب في بداية نوفمبر ٢٠٠٠ ، وقناة أوربا ART Europe في أول أغسطس ١٩٩٥ ، وقناة أمريكا ART America في أول مارس ١٩٩٦ وقناة أمريكا اللاتينية ART-Latino ، وقناة استراليا ART Australia بداية يوليو /تموز ١٩٩٦ وقناة أفريقيا ART Africa في ٢٩ يناير ١٩٩٧ ، باستخدام نظام الكيبل.

٥- شبكة أوربيت الفضائية Orbit Network

أنشأتها شركة "أوربيت كوميونيكاتر ، Orbit Communicator " للمنطقة العربية ، وهي تقوم على نظام قنوات الخدمة مدفوعة الأجر ، ويرأسها الأمير "خالد بن عبد الرحمن آل سعود"، والتي تأسست عام ١٩٦٨ ومقرها الرئيسي في الرياض وفروعها في الدول العربية والمملكة ، وانطلقت في مايو ١٩٩٤ من روما ، وتضم حالياً ٢١ قناة موسيقية تلفزيونية وإذاعية و ٧ قنوات منوعات و ٧ قنوات أفلام ، و ٥ قنوات للأخبار ، و٣ قنوات للأطفال ، وقناتان رياضيتان ، وقناتان للأفلام والبرامج الوثائقية وقنوات عربية أخرى ، مثل : أوربيت الأولى (دراما سينمائية ومسرحية) ، والثانية والثالثة والرابعة (دراما تلفزيونية) وعدد من القنوات الأجنبية يتم إعادة بثها ، مثل قناة CNN ، وخدمة TV Max التفاعلية "أطلب وشاهد" التي تبث جميع الأفلام والمسرحيات بنسخها الأصلية على القناة رقم ٦٠ على مدى ٢٤ ساعة ، ومن أشهر قنواتها العربية الأولى والثانية والثالثة والرابعة .

٦- قناة الجزيرة الرياضية :

بدأت قناة الجزيرة الرياضية بثها الرسمي ابتداء من نوفمبر في عام ٢٠٠٣ لاستغلال النجاح الكبير الذي حققته قناة الجزيرة الإخبارية.

و في النهاية لقد جاء إنشاء القنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة استجابة لجملة من التطورات السياسية والتكنولوجية والاقتصادية التي مر بها العالم المعاصر ، حيث تسابقت الدول العربية على امتلاك أحدث ما أنتجه مصانع الغرب من التكنولوجيا الاتصال والمعلومات ، ولصبح امتلاك التكنولوجيا في حد ذاته هدفا رصدت له ميزانيات ضخمة ،وبالتالي فان خارطة القنوات الفضائية العربية تشهد زيادة ملحوظة في عدد القنوات الفضائية على كافة الأصعدة وفى مختلف النوعيات ن وهذا التزايد ليس وليد اللحظة الآنية ، وسوف ينتهى بانتهاء المرحلة الحالية لكنة سيمتد على مدى السنين القادمة ، وربما على مدى العقود الآتية حتى يكون بمثابة الخاصية التي تميز هذا العقد الجدي من الألفية الثالثة ، ويتضح ذلك سوى من الظهور شبة اليومي لقنوات فضائية عربية جديدة تضاف إلى الفضائيات العربية القائمة ، وعمو ما يرى فورستر كريس K Forester طبقا للدراسة التي أجريت مؤسسة الشاشة Screen Digest أن تزيد القنوات الفضائية خلال ٢٠٠٢- وما يليها من سنوات – لا يعتبر ظاهرة تنفرد بها القنوات الفضائية في الدول العربية ، حيث شهد هذا العام إطلاق ١٧٥ قناة تليفزيونية جديدة في أوربا وبالإضافة القنوات التي انطلقت في منطقة الشرق الأوسط فان العدد قد يتخطى مائتي قناة جديده في حين شاهدت أوربا التي يوجد فيها قرابة ١١٣٢ قناة انطلاق ٤٦ قناة جديدة إضافية مع بدية عام ٢٠٠٣ .

وبهذا تنوعت الفضائيات العربية في الملكية سواء التي تعتمد على دعم الدولة أو الخاصة تماما التي تمنح التراخيص ، أو التي يدخل فيها رأس المال العربي الحر ،أو التي يدخل في تمويلها المال العربي الخاص الحر جاذبا إلى جذبا إلى جنب بعض الشركات والجهات الاستثمارية

الأجنبية ، حتى الفضائيات الموجهة بالغة العربية بملكية غير العربية ، كما تعددت مشاربها وانتماءاتها والجهات الممولة لها تعددت كذلك أماكن انطلاقها ، ومراكز بثها فبعض هذه المحطات تبث من داخل المناطق الحرة والمدن الإعلامية الجديدة في الدول العربية أما البعض الآخر فيبث إرساله من خارج الوطن العربي وكذلك الحال تنوعت خدماتها ما بين العامة والمتخصصة والمفتوحة والمشفرة وبالتالي جمهورها المستهدف العربي داخل أو خارج البلدان العربية أو الأجنبي منه .

وعموما يشبه كثير من المنظرين حالة استخدامات العرب للقنوات الفضائية العربية الحكومية والخاصة كحالة وضع العربة أمام الحصان بدل أن يقف الحصان أولا من اجل أن يجر العربة إذا كان يفترض أن تطور الجهات المختلفة المستفيدة خدماتها وأشكالها البرمجية وتواكبها مع متطلبات مجتمعاتها قبل أن تطور الجهات المختلفة المستفيدة خدماتها وأشكالها البرمجية تواكبها مع متطلبات مجتمعاتها قبل أن تبدأ دون دراسات مسبقة وكرد فعل لا فعل ، لكن هذا لا يمنع أن الفضائيات التي قدمها عصر البث المباشر أتاحت أن يطلع الجمهور العربي على نماذج أخرى مخالفة لواقع مجتمعة الحالي من حيث الديمقراطية ، ومساحة الحرية واحترام حقوق الإنسان وحق القول والتعبير ، وإضافة إلى حق الحصول على المعرفة والأخبار ، والتنافس الصحي الذي أنهى الهيمنة السلطوية على الإعلام المرئي العربي .

كما يمكن تناول أنواع الفضائيات العربية وفقاً لعدة متغيرات كما يلي :

- أنواع الفضائيات العربية :

أ- تقسم الفضائيات العربية وفق متغير الملكية ومكان البث إلى:

١- **القنوات الفضائية الحكومية الرسمية** : ويقصد بها تلك القنوات التي تمتلكها أو تستأجرها الهيئات التليفزيونية الرسمية ، وتتبعها تبعية كاملة "تمويلاً وسياسة وتوجيها.... "وهذه القنوات هي الأكثر عدداً وهيمنة ،

وتبث من داخل الدول العربية باللغة العربية وبلغات أجنبية ، وتشغل قرابة ٧٤% من البث الفضائي العربي مثل (القناة الفضائية المصرية الأولى والثانية ، القناة الفضائية السورية ، قناة أبو ظبي الإماراتية ، القناة الفضائية اللبنانية ، والقناة الفضائية الليبية ، القناة الفضائية السعودية ، والقناة الفضائية الأردنية ، القناة الفضائية الفلسطينية .... الخ).

٢- **القنوات الفضائية العربية الخاصة** : و هي تلك القنوات التي ينتفى عنها صفة الرسمية أو التبعية الصريحة المباشرة لدول أو حكومات عربية ، و هي تمول من القطاع الخاص ، وتنقسم إلى قسمين : قنوات تبث باللغة العربية من خارج الوطن ، وتحتل حوالي ١٦% من البث الفضائي العربي ، وقنوات تبث باللغة العربية من الداخل وتشغل ١٠% تقريباً من البث الفضائي العربي .

ب-تقسم الفضائيات العربية وفقاً لمعيار المضمون المتخصص إلى :

١- القنوات الإخبارية المتخصصة مثل قناة الجزيرة وANN وقناة النيل للأخبار والعربية.

٢- القنوات الدينية المتخصصة مثل قناة إقرأ والمجد وقناة الناس وقناة Muslim Channel.

٣- القنوات المتخصصة ببرامج الأطفال مثل قناة Teenz, Space Tonne وقناة الأسرة والطفل .

٤- القنوات التعليمية المتخصصة مثل القنوات المصرية التعليمية المتخصصة (قناة النيل للتعليم العالي ، قناة النيل للتعليم الثانوي ، قناة النيل للتعليم الإعدادي ، ....) وART المناهج .

٥- القنوات الترفيهية المتخصصة التي تتعلق بالغناء والموسيقى وبالبرامج الحوارية مع الفنانين مثل قناة النيل للمنوعات .
٦- القنوات الرياضية المتخصصة مثل قناة النيل للرياضة .
٧- القنوات الطبية المتخصصة مثل قناة صحتي .
٨- القنوات المتخصصة ببرامج المرأة واهتماماتها مثل قناة هي .
٩- القنوات التجارية المتخصصة مثل قناة تميمة .

ج- تقسم الفضائيات العربية وفق العضوية في اتحاد إذاعات الدول العربية إلى :

١- الأعضاء المشاركون في الاتحاد ويضم ٤ شبكات وهي : مركز تليفزيون الشرق الأوسط MBC ، وراديو وتليفزيون العربي ART ، المؤسسة اللبنانية الدولية للإرسال LBCI ، وشبكة أوربت ORBIT .
٢- قنوات لم ترد في تقسيم اتحاد إذاعات الدول العربية وتقدم برامجها اللغة العربية وتشمل : ANN ، بور ، BCS ، NBN ، الجسور ، ودريم ١ ، دريم ٢ ، قناة سات ٧ الفضائية ، Show time ، العالم العربية ، المجد ١ ، المجد ٢ ،المر MTV ، المستقلة ، موريكو للتسوق Morico ، المنار ، نورسات ، الأندلس ، تاج ، تميمية ، الجزيرة ، خليفة KTV ، زين ، Space toon ، طيبة ، عجمان ، المحور ، المستقبل ، مصر السياحية ، M المغربية ، ميلودي ، هي ، نغم ، مزيكا ، معجزة ، النجم العربي للإرسال ، CNBC ، Strike ، ASN ، SAC ، وغيرها حيث يصل عددها الآن ١٥٧ فضائية .

- سمات وخصائص القنوات الفضائية العربية :

تتسم القنوات الفضائية العربية بعدة سمات منها :
١- أن غالبية هذه القنوات هي قنوات مفتوحة غير مشفرة (ماعدا استثناءات قليلة مثل ART).

٢- أنها تقوم ببث البرامج المقدمة على القنوات الأرضية مع بعض التعديلات الطفيفة .
٣- أن القنوات العربية المشفرة مثل الأوائل وأوربت تخضع لملكية خاصة .
٤- أن أغلب القنوات الفضائية بدأت كقنوات عامة ، ولكن بدأ الاتجاه حالياً يزداد نحو فتح قنوات متخصصة لجذب جمهور محدد .
٥- تعتمد جميع القنوات الفضائية العربية على الإعلان لتغطية تكاليفها جزئياً .
٦- برزت خلال السنوات الماضية بعض القنوات الإخبارية التي جذبت جماهير عريضة خاصة من المثقفين ، وأشبعت احتياجاً فعالياً لمصدر عربي يقدم الحقائق بسرعة كما يقدم التفسير والتعليق بشكل متوازن ، مثل قناة الجزيرة ، النيل للأخبار ، العربية .
٧- لم تنجح الدول العربي حتى الآن في إقامة قناة فضائية إخبارية باللغة الإنجليزية أو الفرنسية موجهة للجماهير في الدول لطرح القضايا العربية أو تقديم الحقائق والخليفة والرأي المتوازن لقضية الصراع العربي الإسرائيلي ، أو لتقديم صورة صادقة للمجتمع العربي .

- نشأة وتطور القنوات الفضائية الإخبارية العربية:

القنوات الإخبارية : هي تلك القنوات المتخصصة في تقديم الخدمة الإخبارية بأشكالها المختلفة ومضامينها المتنوعة على مستوى النشرات والبرامج الإخبارية السياسية والبرامج التي تناقش قضايا الساعة في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها من المجالات .

أولاً : قناة الجزيرة الفضائية AlJazeera Satellite Channel (JSC)

- النشأة والتطور :

يعود التفكير في إنشاء قناة الجزيرة إلى بداية "عقد التسعينات " ، أما فكرة إنشاءها فقد جاءت من الشعور بافتقاد العالم العربي إلى وجود إعلام متخصص في مجال الأخبار والرياضة .... وغيرها ، وذلك على غرار ما هو موجود في "العالم الغربي" ، ومن هنا أتت فكرة إنشاء قناة عربية متخصصة في مجال الإخبار يمكن لها أن تخدم كثيراً من المشاهدين في العالم العربي ، ومن ثم بدأ الإعداد لإنشاء قناة من هذا النوع ، وقد استغرق ذلك عامين كاملين .

ولقد تأسست قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية بموجب المرسوم الأميري الذي أصدره الشيخ حمد بن خليفة آل ثان "في ٨ فبراير عام ١٩٩٦ ، ينص على أن تكون مؤسسة قطرية "عامة مستقلة " تحت مسمى المؤسسة القطرية للقناة الفضائية القطرية " ، مقرها الدوحة ويتمثل نشاطها الرئيسي في بث النشرات الإخبارية السياسية والاقتصادية والرياضية وغيرها من موضوعات الساعة ويرى البعض أن قناة الجزيرة تعتبر ثاني أكبر وسيلة إعلامية عربية في النصف الثاني من القرن العشرين – وذلك بعد إذاعة صوت العرب في عام ١٩٥٣- في إطار خطة شاملة لتحديث الإعلام القطري .

وقد اختير اسم "الجزيرة " بدلاً من القناة الفضائية القطرية باعتبارها هيئة مستقلة عن الحكومة القطرية ، مما يبعدها عن التوجه الرسمي ، بالإضافة إلى كونها تتوجه بالدرجة الأولى للمشاهدين في شبه الجزيرة العربية.

- بث القناة وتطوره :

تعد الجزيرة أول قناة إخبارية عربية مستقلة بدأت بثها الفعلي في ١ نوفمبر ١٩٩٦ بمعدل ٦ ساعات يومياً، وفي أوائل عام ١٩٩٧ زاد البث إلى ٩ ساعات ثم أزداد إلى ١٢ ساعة يومياً في يونيو ١٩٩٧ ، وإلى ١٨

ساعة في أوائل نوفمبر ١٩٩٧ ، لينتهي بها المطاف للبث على مدار الساعة في فبراير ١٩٩٩.

- نطاق الإرسال :

لم تكتف القناة بزيادة ساعات البث اليومي تدريجياً بل زادت مساحة تغطيتها للعالم فمن مناطق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وأوروبا وأمريكا الشمالية ، أصبح بث قناة الجزيرة الفضائية يصل إلى معظم بقاع الأرض بعد أن بدأت منذ انطلاقها باستخدام البث الرقمي على الموجتين (C,KU) ثم نطاق الكيبل في الولايات المتحدة ودخلت ضمن باقة شبكة (ART) فوصل عدد المشتركين في أمريكا وحدها إلى قرابة مائتي مليون مشاهد حيث تبث إلى شرق الولايات المتحدة ضمن الباقة (645) بينما تبث إلى غرب الولايات المتحدة ضمن الباقة (649) ، كما وصل بث القناة إلى استراليا وجنوب شرقي أسيا وهي مناطق لم تكن تغطيها قبل منتصف عام ألفين وتعمد قناة الجزيرة إلى توسيع نطاق بثها وزيادة عدد الأقمار الصناعية التي تنقل إرسالها بغية تحقيق شعار "الجزيرة تأتيك أينما كنت".

ويمكن لمشاهدة القناة استلام بثها بواسطة الأقمار الصناعية الموضحة بالجدول التالي:

جدول رقم (١)

القمر	التردد	الموقع	نوع البث	النطاق	مناطق تغطية البث

عربسات 2A	4122.75 ميغاهيرتز	٢٦ درجة شرقاً	تماثلي Analog	C	كل الوطن العربي ، كل أوروبا وسط وشمال إفريقيا غرب أسيا
بوتل سات 3هوت برد	12111.08 ميغاهيرتز	١٣ درجة شرقاً	رقمي Digital	Ku	أجزاء من الوطن العربي ، قارة أوروبا ، غرب أسيا ، شمال أفريقيا
بوتل سات W2	11446.00 ميغاهيرتز	١٦ درجة شرقاً	تماثلي	Ku	أجزاء من الوطن العربي ، قارة أوروبا ، شمال أفريقيا
أيكو ستار 3	12.297 ميغاهيرتز	٦١.٥ درجة غرباً	رقمي Digital	Ku	شمال شرق أمريكا الشمالية
أيكوستار ٤	12.263 ميغاهيرتز	١٤٨ درجة غرباً	رقمي Digital	Ku	شمال غرب أمريكا الشمالية

- شعار قناة الجزيرة :

تعد قناة الجزيرة من القنوات التي تستخدم الحرف العربي في تصميم شعارها في انحياز واضح إلى الخط العربي واللون الذهبي الذي هو إشارة لرمال الجزيرة العربية ، كما أنه معادل موضوعي لقيمة الذهب الذي يوحي بالرصانة والقيمة والخلود ، وتلتزم الجزيرة بنفس الشعار في قنواتها التخصصية الجديدة حيث أنها لم تتنازل عن شعارها الأم ، بل أنها وضعته داخل إطار شبكي وأضافت أدناه اسم القناة المتخصصة ، وهكذا لم تفقد الجزيرة ذلك الربط بين الشعار الرئيسي والشعارات الفرعية وهو الهدف الثاني وهو خلف شجرة عائلة للشعار الرئيسي ، وفي إطار ذلك قد حصل شعار الجزيرة على لقب خامس أقوى علامة تجارية عالمياً.

- التمويل والإدارة :

يشير قانون إنشاء قناة الجزيرة إلى أنها محطة مستقلة ذات شخصية معنوية ، مركزها الرئيسي في مدينة الدوحة ، ولها مجلس إدارة مؤلف من سبعة أشخاص قطريين يرأسه الشيخ حمد بن ثامر آل ثاني وزير الإعلام والثقافة القطري السابق ورئيس الهيئة العامة للإذاعة والتليفزيون ، ويعقد مجلس الإدارة اجتماعاته شهرياً على الأقل إذا كان

نصابه مكتملاً ، ويمارس المدير العام المتابعة والإشراف المباشرين على جميع أقسام القناة ويحل بدلاً عنه في حالة غيابه معاونه ويتولى القطاع الخاص إدارة الشئون الفنية في القناة ، إذ تمتاز الجزيرة بشخصية قانونية مستقلة ، وتعمل على أسس تجارية صرفه ، مع مراعاة القيم والعادات والتقاليد العربية والإسلامية فيما تبثه من برامج مختلفة أما بالنسبة لتمويل قناة الجزيرة ، تشير المادة (١٩) من الفصل الثالث من قانون إنشاء القناة إلى تخصيص مبلغ وقدره خمسمائة مليون ريال قطري، كرأسمال للقناة لمدة خمس سنوات ، كقرض يسدد للميزانية العامة ، وبعد انتهاء مدة السنوات الخمس يتم عرض أسهم القناة ، ويمكن لمن يشاء التقدم لشرائها والمساهمة فيها ، والقناة بهذه الحالة مثلها مثل أي مشروع استثماري أخر تقرض الحكومة القطرية أصحابه مبلغاً من المال على أن يعاد إليها على شكل أقساط.

وقد وضع الشيخ حمد بن ثامر رئيس مجلس إدارة قناة الجزيرة موعداً لتعاد الموازنة المالية المخصصة من قبل الحكومة أمدة نيسان عام ٢٠٠١ ، وهو ما دفع القناة إلى الاستثمار في بعض المجالات التي تعود بإيرادات تدعم موازنتها مثل التوسع في مجال الإعلان فضلاً عن تأجير بعض المعدات والأجهزة المختلفة كالكاميرات وأجهزة المونتاج للمحطات التليفزيونية الأخرى فضلاً عن إيرادات المشتركين في القناة عبر الكيبل ، وعائدات البرامج المكفولة والدخول ضمن الباقات المشفرة كباقة الأوائل ، وبيع برامج القناة للمشاهدين ، وبيع الأخبار والصور والمقابلات الخاصة بالقناة لوكالات الأنباء والمحطات التليفزيونية وخاصة اللقاءات الفريدة التي تجربها القناة وتنفرد بها – كلقاءات ابن لادن والظواهري – الأمر الذي يحول القناة من ناقلة للأخبار إلى صانعة لها ، هذا بالإضافة إلى خدمات القناة الجدية المأجورة مثل خدمة الجزيرة موبايل التي تقابلها دعماً من الحكومة القطرية بقيمة ٢.٦٦ مليون دولار

سنوياً ، وكذلك عن طريق فتح مراكز للتدريب الإعلامي تابع للقناة لتأهيل الإعلاميين المبتدئين في مجال العمل الإخباري مقابل أجر مثل مركز التدريب والتأهيل الذي افتتح مؤخراً في الدوحة.

وفي الحقيقة لقد ثارت الكثير من الشائعات والشكوك حول مصادر تمويل هذه القناة التي تتدفق مبالغ كبيرة على إنتاج برامجها ورواتب العاملين فيها ومدى تأثير هذه المصادر في مستوى حيادية القناة وموضوعيتها ، فهناك من يعتقد أنها تتلقى الدعم المالي من العراق والبعض الآخر يرى أنها تمول من الجماعات الإسلامية ، ورأي ثالث يرى أنها مشروع خاص بوزير الخارجية القطري ، ورأي رابع يرى أنها عبارة عن محطة (قطرية – إسرائيلية).

ومع صعوبة وجود أدلة قاطعة بصدد ما أثير بشأن مصادر تمويل قناة الجزيرة ، ورفض القائمين عليها التصريح بالتفاصيل المالية للقناة ، فإن الأقرب إلى الواقع – كما يرى الباحث – هو تلقيها دعماً مالياً من الحكومة القطرية خارج إطار الميزانية الخمسية ، ولا سيما أن تكلفة إنشاء مبنى القناة في الدوحة تقدر بنحو عشرة ملايين ريال يضاف إليها (٧٠) مليون ريال كلفه المستلزمات والأجهزة التقنية التي جهزت بها القناة . بينما تقدر التوسعات التي جرت في مقر المحطة بما يقرب من الـ (٤٠) مليون ريال ، فضلاً عما يقرب من الـ(٣٠) مليون ريال لتجهيز مكتب القناة في لندن ليصل إجمالي ما انفق في مرحلة التأسيس قرابة (١٥٠) مليون ريال قطري ، ولا تتوافر معلومات محددة عن معدلات رواتب العاملين في القناة حيث يتم التعتيم عليها ، إلا أنها تختلف باختلاف شهرة الشخص وخبرته وموقعه في المحطة . أما فيما يخص المراسلين .. فتحسب رواتبهم بحسب مستوى المعيشة السائد في البلدان التي يعملون فيها.

- أهداف قناة الجزيرة :

كـان لأميـر قطـر دافعـان أساسـيان وراء إنشـاء قنـاة الجزيـرة .. الأول: استراتيجي دفاعي والثاني : سياسي ، فكما هو معروف قطر هي دولة صغيرة لكنها في ذات الوقت تعد أكبر مخزن متقدم أو مستودع للأسلحة الأمريكية في منطقة الخليج العربي بأكمله ، وبوجود هذه القناة تنأى قطر بنفسها من مواجهات مع من يعادون الوجود الأمريكي في المنطقـة فاهتـدي عقـل صـانعي القـرار فـي قطـر إلـى أن تكـون الدولـة للقطريين والقناة للقوميين والإسلاميين العرب.

ويمكن إجمال أهم أهداف قناة الجزيرة في النقاط التالية:

- تقديم خدمة إخبارية للمشاهد العربي بلغته العربية كبديل عن القنوات الأجنبية في جميع الدول العربي من ناحية ، وأن تكون جسراً إعلاميا حضارياً بين الشرق والغرب من ناحية أخرى .
- تطبيق شعار "الرأي والرأي الآخر " رغبة منها في منافسة القنوات الأجنبية في المجال الإخباري من حيث الشكل والمضمون حيث تهدف إلى تقديم خدمة إخبارية ذات إيقاع سريع يعتمد على الصورة أكثر من الخبر المقروء ، بالإضافة إلى نقل الخبر من موقع الحدث عن طريق شبكة المراسلين المنتشرين في أنحاء العالم .
- الابتعاد عن المحلية والإقليمية كي تتيح للمواطن العربي الإطلاع المستمر على آخر المستجدات في العالم .
- نشر الوعي العام بالقضايا التي تهم الجمهور حتى تكون جسراً بين الشعوب والثقافات مما يعزز حق الإنسان في المعرفة .
- إضافة بعد جديد الأخبار والبرامج الحوارية في العالم العربي التي يتعاظم فيها الاهتمام بالإعلام الترفيهي على حساب تقديم خدمة إخبارية وثقافية موضوعية وجريئة ومتحررة من القيود الحكومية .

– تقـديم تغطيـة إخباريـة شـاملة لقضـايا السـاعة والشـئون السياسـية والاجتماعية وبرامجها الحوارية الحية إضافة إلى النشرات الاقتصادية والرياضية .

-أقسام قناة الجزيرة :

تتكون قناة الجزيرة من الأقسام التالية:

١- قسم الأخبار .
٢- قسم العلاقات البرامجية والدولية .
٣- قسم الإنتاج .
٤- قسم التسويق .
٥- قسم المونتاج الإلكتروني .
٦- قسم البرامج .
٧- قسم التبادل الإخباري .
٨- قسم المكتبة .
٩- قسم الكمبيوتر .
١٠- قسم الإخراج .
١١- قسم الهندسية .
١٢- قسم الجرافيك.
١٣- المكياج .
١٤- أقسام إدارية ومالية .
١٥- قسم العلاقات العامة .

- الخدمة البرامجية في قناة الجزيرة :

أولاً : الأخبار :

انطلاقاً من طبيعة قناة الجزيرة من حيث كونها قناة إخبارية متخصصة فإنها تقدم تغطية إخبارية شاملة لأ هم قضايا الساعة والشئون السياسية والاجتماعية ، ويعد قسم الأخبار أهم قسم في القناة يديره رئيس تحرير غرفة الأخبار ومشرف نشرات ومسئول مقابلات ومصححون وصحفيون ومسئول عن المراسلين . ومن غرفة الأخبار تبث نشرات الأخبار والتي يصل عددها إلى ٢٤ نشرة أخبار طويلة وموجزة وثلاث نشرات موسعة مدة كل منها ٦٥ دقيقة ، يصل أقصر خبر إلى ٣ دقائق.

ومن البرامج الأخبارية المعروفة التي تقدمها القناة بشكل منتظم "الجزيرة هذا الصباح " ، "الجزيرة منتصف اليوم " ، و"حصاد اليوم " . وغالباً ما تحرص قناة الجزيرة في تعاملها مع الأخبار أن تتسم بالموضوعية والحياد والمصداقية إضافة إلى عمق التحليلات وشمولية التغطية من خلال مقابلات هاتفية أو عبر الأقمار الصناعية مع الأطراف المعنية بالأحداث للإطلاع على الآراء ووجهات النظر المختلفة.

أما عن مصادر الأخبار فأهمها : شبكة مراسلي الجزيرة في أكثر من ٢٦ دولة من دول العالم ، إضافة إلى وكالات الأنباء العالمية منها وكالة رويتر وPTAN ، وكالة الأنباء الفرنسية ، وكالة الأنباء القطرية ، وكالة أنباء الشرق الأوسط ، الأسوشيتدبرس الأخبارية المصورة ، وتلفزيون عربسات ، كما تحصل الجزيرة على الأخبار من الجهات الحكومية وغير الحكومية والأحزاب السياسية والجماعات المعارضة وجماعات حقوق الإنسان والمنظمات الدولية والمؤسسات المختلفة.

ثانياً : البرامج الحوارية:

تعد البرامج الحوارية من أكثر ما يتميز قناة الجزيرة ، حيث تنتهج في هذه البرامج أسلوب الطرح الجريء ، والمناقشة المباشرة ، لما يدور من قضايا على الساحتين : العربية والعالمية ، كما تفتح معظم هذه

البرامج المجال لمشاركة المشاهدين ، وإبداء آرائهم و مداخلاتهم فيما يتم طرحه في هذه البرامج ومن أهمها ما يلي:

-الاتجاه المعاكس: واحد من أشهر برامج قناة الجزيرة يقدم على الهواء مباشرة في الساعة (١٩.٥) بتوقيت جرينتش كل يوم ثلاثاء من كل أسبوع ويضيف شخصيتين متضادتين ، وغالباً ما آثار هذا البرنامج الذي يعده ويقدمه د. فيصل القاسم مشاكل سياسية وصلت حد توتر العلاقات بين قطر وبعض الدول العربية ، أو تهديد دول بسحب سفرائها .وهو يناقش قضايا حساسة لم يعتد المشاهد العربي مشاهدتها في الإعلام الرسمي ، ويعتمد على مبدأ الإثارة في دفع كلا الضيفين المتضادين إلى مهاجمة أحدهما الآخر وإشراك المشاهدين في النقاش عن طريق التصويت بالبريد الإلكتروني أو عن طريق جهاز الفاكس أو الهاتف ، ومما يميز البرنامج أيضاً قدرته على مخاطبة عقل المشاهد ، وعلى تلبية التساؤلات التي تدور في ذهنه إزاء القضايا الساخنة التي يعيشها والتي تغض بعض وسائل الإعلام الأخرى النظر في التطرف إليها .

- برنامج أكثر من رأي
- برنامج بلا حدود
- برنامج الشريعة والحياة .
- برنامج مشاهد على العصر .
- برنامج حوار في الرياضة .
- برنامج لقاء اليوم .
- برنامج ضيف وقضية .

ثالثاً : البرامج المعنية بشئون الساعة :

تبث قناة الجزيرة مجموعة من البرامج المعينة بشئون الساعة والأحداث الجارية التي تنتج لمتابعة ما يستجد من أحداث ، ومن أهمها ما يلي:

- برنامج نقطة ساخنة .
- برنامج بين السطور .
- برنامج الملف الأسبوعي .
- برنامج مراسلو الجزيرة .
- برنامج سري للغاية .
- برنامج تحت المجهر .
- برنامج مرآة الصحافة .

رابعاً : البرامج الثقافة والوثائقية :

تقدم قناة الجزيرة الفضائية بين نشرات الأخبار برامج ثقافية ووثائقية جادة وشيقة وتتناول مختلف نواحي الحياة ماضياً وحاضراً ومستقبلاً منها : برامج تاريخية تلقي الضوء على التجارب الإنسانية وقضايا التاريخ على مر العصور ، وبرامج وثائقية تلقي الضوء على الواقع الإنساني والاجتماعي والحضاري ، وبرامج علمية التي تكشف المنجزات الهائلة في نواحي العلم والعلماء والإنجازات في مختلف الميادين ، وبرامج عن الطبيعة تصور حياة الطبيعة من جمال وقسوة وصراع من اجل البقاء ، هذا بالإضافة إلى النشرات الاقتصادية والرياضية المتنوعة والبرامج الأخرى مثل برنامج "زينة" ، "هذه الدنيا" و"السينما في أسبوع".

- نشأة خدمة الإنترنت في قناة الجزيرة :

أنشأ موقع الجزيرة نت في يناير ٢٠٠١ ليكون أول موقع عربي إخباري متخصص وشامل على شبكة الإنترنت ولم يمر العام الأول حتى أصبحت الجزيرة نت من أكثر المواقع العربية زيارة . حيث حققت في عامها الأول ٢٦٥ مليون مشاهدة و٣٨.٤ مليون زيارة ، وكان الهدف

الأساسي من إنشاء هذا الموقع هو توسيع واستكمال الدور الريادي لقناة الجزيرة في تطوير الخدمة الإخبارية وتمكين الجمهور العربي من المتابعة التفاعلية المتواصلة للأخبار وتحليلاتها على شبكة الإنترنت وتحقيق رؤية متوازنة وموضوعية وحيادية.

أما عن أقسام الموقع وخدماته فبالإضافة إلى البث الحي لجميع البرامج الحية والمسجلة من قناة الجزيرة بالصوت والصورة فإن هناك العديد من الأقسام الأخرى مثل قسم الأخبار لملاحقة أحداث الوطن العربي والعالم بصفة عامة أولاً بأول ، وقسم الاقتصاد ، قسم العلوم ، قسم الطب والصحة ، قسم الرياضة ، قسم الثقافة والفنون ، قسم جولة الصحافة، قسم الكتب ، قسم القضايا والتحليلات . هذا ويحوي الموقع أيضاً العديد من الخدمات التفاعلية الحية مثل :

التصويت : وهو استطلاع للرأي لأبرز القضايا التي تشهدها الساحتان العربية والعالمية .

منتديات الجزيرة: وهو المنبر الحر والمساحة الواسعة للتعبير عن الرأي وفق سياسة الرأي والرأي الآخر .

البريد الإخباري : تقوم الجزيرة . نت حالياً بإرسال ما يزيد عن ١٠٠ ألف نشرة إخبارية يومية عبر البريد الإلكتروني لأعضاء الموقع مجاناً.

وهناك خدمة الجزيرة موبايل التي تسمح للأعضاء المشتركين بالحصول على أخبار الجزيرة عبر خدمة رسال الجوال القصيرة SMS وهي بديل لمن لا يسمح لهم الفرصة بمتابعة الأخبار بالطرق التقليدية ، ويمكن للمشترك الاختيار بين اللغتين العربية والإنجليزية لاستقبال الأخبار أو أخر التطورات التي تهمه في مجالات عديدة منها : الأخبار العاجلة بأنواعها ، الأخبار السياسية ، الأخبار الرياضية ، والأخبار الاقتصادية ، وتعد هذه الخدمة هي الجيل الثالث من أخبار الجزيرة عبر التليفزيون والحاسب الآلي وأخيراً الهاتف الذي يسمح باستقبال رسائل

مكتوبة أو صور فيديو وتوزع هذه الخدمة في مصر من خلال شركة فودافون وتحمل رقماً مختصراً هو ١٥١٥ مقابل ٢٠ جنيهاً شهرياً ، حيث يستقبل المشتركون رسائل أخبارية يومية طبقاً للأحداث .

وتقدم أيضاً خدمة استقبال ونشر الأخبار (Syndication) للعملاء والراغبين في الحصول على أخبار الجزيرة نت لنشرها في مواقعهم ، هذه الخدمة (الشريط الأخباري المتحرك ، عناوين وملخصات أخبار الصفحة الرئيسية للجزيرة . نت) ، أخبار الجزيرة على صفحات العميل.

وأطلقت قناة الجزيرة في ١٨ فبراير ٢٠٠٥ خدمة إعلامية جديدة تعتبر الأولى من نوعها في العالم العربي باسم (**الجزيرة لايف**) وهي عبارة عن قناة فضائية متخصصة ببث مباشر للمؤتمرات والندوات واللقاءات الفكرية والسياسية والاقتصادية وغيرها ، وتتميز هذه الخدمة بأنها تقدم نقلاً حياً للوقائع دون تدخل تحريري ما يعني أن المتلقي يطلع المجريات والآراء مباشرة وتبث هذه القناة على القمريين عربسات ونايل سات.

- مكاتب الجزيرة والعاملون فيها :

وصل عدد المكاتب الخارجية لقناة الجزيرة في نهاية عام ٢٠٠٢ إلى ٢٤ مكتباً موزعة في أماكن مختلفة من العالم ، ففي بداية إنشاء قناة الجزيرة بادرت القناة إلى فتح مكاتب لها في العواصم العربية والإسلامية، حيث كانت البداية في فلسطين فأقامت ثلاثة . مكاتب : واحداً في القدس وهو المكتب الرئيسي وآخرين فرعيين في غزة ورام الله ، وتزامن ذلك مع افتتاح مكتب في بغداد ، وبعدها بدأت الجزيرة بفتح مكاتب في دول عربية أخرى في عمان ، القاهرة ، الكويت ، صنعاء ، وتلاها بعد ذلك التحرك على نطاق الدول الإسلامية فأنشأت مكاتب في كل من طهران ، باكتسان ، أفغانستان ، كابول ، قندهار ، بالإضافة إلى مكاتبها في واشنطن وباريس ولندن وموسكو.

أما عدد العاملين في قناة الجزيرة ، وصل في بداية إنشائها إلى حوالي ٤٦٠ موظفاً من بينهم مائة من المحررين والمذيعين والفنيين والمراسلين المنتشرين في معظم عواصم العالم ، أما الآن فيبلغ عدد العاملين في القناة ما بين ١٣٠٠ إلى ١٤٠٠ موظف منهم ٧٥٠ صحافي ومراسل والبقية موظفون مساعدون وفنيون ، وبهذا الصدد فقد بلغ عدد المناصب بالقناة مع بداياتها ٣٦ منصباً ، والتي تشمل مديراً للتحرير ومحررين للأخبار وثلاثة محررين للملفات الساخنة وأربعة محررين للتفاعلات الحية على الإنترنت علاوة على ٢٦ منصباً فنياً.

عوامل نجاح قناة الجزيرة :

هناك مجموعة من العوامل أو الأسباب التي أسهمت في نجاح قناة الجزيرة وأن تصبح القناة الفضائية العربية الأكثر مشاهدة وتفضيلاً لدى قطاعات لا يستهان بها من المشاهدين العرب في كل أنحاء العالم وأهم هذه العوامل ما يلي :

١- كونها أول قناة إخبارية عربية متخصصة بالأخبار والبرامج السياسية التي هي في معظم الأحيان تشغل بال المواطن العربي الذي يعاني من مشاكل سياسية واقتصادية واجتماعية.

٢- الجرأة في طرح ومعالجة الموضوعات المختلفة التي ظل معظم الإعلام العربي الرسمي سنوات عدة يخشي التصدي لها مثل موضوع حقوق الإنسان والمرأة العربية والأحزاب المحظورة وحزب الله والقضية الفلسطينية ... الخ .

٣- الابتعاد عن الرتابة والرسمية التي اعتادها بعض منابر الإعلام العربي ، فركزت على أسلوب وإيقاع مغايرين يعتمدان السرعة والديناميكية .

٤- تتمتع قناة الجزيرة بحرية أكبر من القنوات الفضائية الحكومية العربية وذلك في تناولها للقضايا والتحليلات السياسية والاقتصادية

المختلفة مما أعطاها قدر كبير من الشرعية والمصداقية من قبل الجمهور العربي والأجنبي.

٥- اعتماد أسلوب مهني محترف في جمع وبث الأخبار وإعداد وتقديم البرامج الحوارية من خلال مجموعة من المحررين والمذيعين الذين كان أغلبهم يعملون في تليفزيون الـBBC باللغة العربية قبل إغلاقه الأمر الذي وفر لهم تراكم خبرة في مخاطبة الجمهور العربي بأسلوب غير مباشر .

٦- تتمتع قناة الجزيرة بإمكانيات مادية عالية كفلت لها مقدرة الحركة السريعة والنشطة واستخدام كافة الوسائل المتاحة لتوفير المادة الإخبارية وخدمتها بأسلوب يضاهي كثير من الأحيان ، سواء من حيث التغطية الفورية من مواقع الأحداث أو امتلاكها جيش من المراسلين والمندوبين في معظم عواصم العالم الذين يكونون في كثير من الأحيان من الخبراء بمنطقة عملهم وممن يملك رغبة في العمل في ظروف صعبة بالإضافة إلى توفير تقنيات وأجهزة متطورة للتواصل مع المراسلين والصحفيين.

٧- قيام القناة بتقديم تغطية إخبارية شاملة للأخبار العربية والعالمية مع التحليل الفوري لهذه القضايا والأحداث وفتح المجال للتفاعل مع الجمهور عبر المداخلات والبرامج الحوارية التي تناقش جميع القضايا بموضوعية وحيادية ، واستضافتها للخبراء والمتخصصين لمناقشة قضايا الساعة مع السعي الدائم لتقدم الرأي والرأي الآخر وإشراك الجمهور في إبداء رأية .

٨- ومن العوامل التي أسهمت في نجاح الجزيرة هو غياب موقف رسمي عربي فعال تجاه ما يحدث في المنطقة العربية من حروب وصراعات كالحرب على العراق وفلسطين ، مما أوجد سياسياً أتاح للفضائيات العربية ومنها الجزيرة ميداناً خصباً للعمل.

٩- اعتمـاد الأداء الإعلامـي لقنـاة الجزيـرة علـى ثلاثـة أسـس وهـي : الاستقلالية ، الحيادية ، لجوئها إلى الإثارة و هو أسلوب يجد صدى لدى المواطن العربي .

- الآراء بشأن قناة الجزيرة :

لقد أثارت قناة الجزيرة منذ إنشاءها جدلاً واسع النطاق في الأوساط العربية حول هوية هذه القناة التي تقدم برامج حوارية جريئة و مادة وثائقية على درجة كبيرة من الأهمية ، وأتهمها العديد من المسئولين والكتاب والإعلاميين والصحفيين المصريين باتهامات كثيرة مثل:

١- إنها القناة التليفزيونية العربية الوحيدة التي تعاقدت مع إحدى محطات التلفزيونية الإسرائيلي على تبادل البرامج والمعلومات .

٢- كشف بعض التقارير الأمنية المصرية أنها حصلت في عام ٢٠٠٠ على أجهزة ومعدات أمريكية وإسرائيلية لدعم مجهوداتها .

٣- محاولة الوقيعة بين أنظمة الحكم العربية وأثاره الفتنة والضغينة بين الأشقاء العرب .

٤- لا تعكـس قنـاة الجزيـرة الأجنـدة الإعلاميـة العربيـة أو الأولويـات العربية، فعلى الرغم من أن قناة الجزيرة تقدم نشرة إخبارية متميزة إلا أن مشكلة هذه النشرة الإخبارية وعناوينها الرئيسية لا تعكس الأولويات العربية فمن يقارن العناوين الرئيسية لشبكة (CNN) والعناوين الرئيسية لقناة الجزيرة في أي يوم يلاحظ أن أهمية ترتيب الأحداث واحدة ، فتبدو الجزيـرة وكأنهـا صـورة مترجمـة كمـا تعـرض CNN أو BBC وهـذه الظاهرة بدت في التفشي في العالم العربي مع ظهور تيارات العولمة.

٥- وتوجه انتقادات لقناة الجزرة من داخل قطر نفسها كونها تنقل أخباراً عالمية ودولية بعيدة عن اهتمامات المواطن القطري.

وبعيداً عن الاتهامات والآراء المتشنجة والانفعالية التي صوبت تجاه قناة الجزيرة ، فإن الموضوعية تقتضي التأكيد على أن هذه القناة حركت

المياه الراكدة في بحيرة الإعلام العربي الذي تسيطر عليه عقلية الإرشاد القومي والتوجهات الرسمية والحكومية ، وحققت نقلة نوعية في حرفية الإعلام الإخباري العربي المعاصر ، وكان السبب الرئيسي لنجاحها هو تبنيها لشعار "الرأي والرأي الآخر" ، كما استطاعت أن تثير موضوعات مهمشة بعيداً عن السطحية السائدة في المعالجة الإعلامية الرسمية رغم أهميتها الضمنية الكبيرة للمواطن العربي، كما خلقت جواً من المنافسة الإعلامية بين جميع القنوات العربية ، وأصبحت نموذجاً يقاس به أفضلية القنوات الإخبارية ومدى تقدمها .

وتؤكد نتائج بعض الدراسات السابقة على أن قناة الجزيرة ما زالت المحطة العربية الأكثر مشاهدة وتفضيلاً على مستوى الجمهور العربي ، ومن هذه الدراسات ما يلي :

توصلت دراسة عبد الله زلطه ٢٠٠٥ والتي سعت للتعرف إلى آراء واتجاهات النخبة الصحفية المصرية نحو الأداء المهني للقنوات الإخبارية العربية التي تحرص النخبة الصحفية المصرية على متابعتها ، إذ ذكرت نسبة تقدر بـ ٩٦.٧% من إجمالي عينة الدراسة – أنها تحرص على مشاهدة هذه القناة ، واحتل برنامج " الاتجاه المعاكس " المركز الأول في ترتيب البرامج التي تحرص النخبة المصرية على مشاهدتها في القنوات الإخبارية .

وأظهرت دراسة عادل عبد الغفار ٢٠٠٣ أن قناة الجزيرة جاءت في مقدمة المصادر العربية التي يعتمد عليها طلاب الجامعات المصرية – عينة الدراسة – في متابعة أحداث ١١ سبتمبر وتوابعها .

وكشفت دراسة صفا محمود عثمان ٢٠٠٢ أن قناة الجزيرة من أهم القنوات الفضائية المتخصصة الإخبارية التي يعتمد عليها طلبة الجامعات المصرية في الحصول على المعلومات والأخبار . وأوضحت دراسة جيهان يسرى ٢٠٠١ أن من أهم المصادر التي يعتمد عليها الجمهور

المصري لمتابعة أحداث الانتفاضة كانت قناة الجزيرة لأنها من أكثر القنوات متابعة بنشراتها الإخبارية وبرامجها العديدة لهذه الأحداث السياسية .

وخلصت دراسة سلوى إمام ٢٠٠١ إلى أن قناة الجزيرة جاءت في المركز الأول بين القنوات الفضائية العربية كقناة إخبارية تعرض وجهات النظر المختلفة والمفضلة لدى الجمهور المصري .

كما توصلت دراسة انشراح الشال ٢٠٠٠ إلى أن قناة الجزيرة احتلت المرتبة الثانية من حيث المشاهدة ، حيث تم تفضيلها بسبب أنها قناة خاصة إخبارية ، تعرض أخبار العالم بانتظام وبصورة حية .

وفي دراسة محمد معوض وعبد الباسط عبد الجليل ٢٠٠٠ حول علاقة شباب دولة الكويت بالقنوات الفضائية جاءت الجزيرة في المرتبة الثانية بعد قناة الكويت من حيث تفضيل طلبة جامعة الكويت للقنوات الفضائية العربية الخليجية .

ثانياً : قناة النيل للأخبار Nile News Channel :

مدخل :

انطلاقاً من تبعية القناة لقطاع النيل للقنوات المتخصصة تجدر الإشارة أولاً "إلى نشأة قطاع النيل للقنوات المتخصصة .. فقد بدأ التفكير في إطلاق قنوات متخصصة منذ أن بدأ التخصص يسود الإعلام الدولي، و ظهرت شبكات وقنوات فضائية متخصصة تسعى جاهدة للوصول إلى جمهور معين يشكل قطاعاً مؤثراً في مجال الرأي العام الدولي.

وهكذا بدأت مصر التفكير في القنوات المتخصصة في الوقت الذي بدأ فيه التفكير في إطلاق قمر صناعي مصري يتيح العديد من الخدمات التليفزيونية في شتى المجالات الحياتية مثل المجالات التعليمية والإعلامية والثقافية .

وفي الساعات الأولى من فجر يوم ٢٩ إبريل ١٩٩٨ سجل الإعلام المصري نقلة حضارية بإطلاق القمر الصناعي المصري (نايل سات ١٠١) ليعلن مواكبة مصر لعصر ثورة المعلومات والاتصالات ، وتكنولوجيا الضغط الرقمي ، ويسجل انضمام مصر إلى عضوية نادي القضاء الدولي ، لتصبح العضو رقم ٦٠ فيه.

ومن الملاحظ أن القمر الصناعي المصري (نايل سات) ضرورة إعلامية أساسية واستراتيجية لتأمين الإرسال الإذاعي والتليفزيون المصري، وهو هدف رئيسي في إطار الأمن القومي فهذه التجربة بإطلاق قمر صناعي مصري قامت من خلال منظومة إعلامية تحقق التوازن بين العالمية والمحلية ، لأنه كلما زادت مساحة العالمية كان من الضروري تعميق المحلية.

ونجد أن غزارة عدد القنوات الموجودة على القمر (نايل سات) ستضعنا على بداية عصر جديد ، يتميز بالتخصص الإعلامي ، وذلك كما هو متبع في كثر من مجالات الحياة .

وفي ٩ يونيو ١٩٩٧ أصدر صفوت الشريف وزير الإعلام (آنذاك) قراراً وزارياً بتأسيس قطاع جديد ضمن قطاعات اتحاد الإذاعة والتليفزيون أطلق عليه (قطاع القنوات المتخصصة) تولى رئاسته الخبير الإعلامي "حسن حامد" وضم هذا القطاع قنوات تليفزيونية متخصصة يتم بثها على القمر الصناعي المصري "نايل سات" .. و هذه القنوات هي:

١- قناة النيل للأخبار .
٢- القناة الثقافية .
٣- قناة المنوعات .
٤- قناة الأسرة والطفل .
٥- القناة الرياضية .

٦- القناة التعليمية (وتضم ٧ قنوات تعليمية : ابتدائي ، إعداد ، ثانوي ، فني ، قناة المعارف ، لغات، محو الأمية).

٧- قناة التنوير .

٨- قناة المعلومات .

٩- قناة الدراما .

١٠- قناة المنارة للبحث العلمي .

١١- قناة التعليم العالي .

١٢- قناة حورس للصحة .

١٣- قناة نفرتيتي .

وتوجد قناة مفتوحة تبث عليها قنوات النيل المتخصصة بعض المواد المختارة من برامجها على موجة V.H.F لمدة ٢٠ ساعة يومياً من الساعة السابعة صباحاً حتى الساعة الثالثة بعد منتصف الليل.

و بدأ البث الرسمي لقنوات النيل المتخصصة في عيد الإعلاميين الخامس عشر في عام ١٩٩٨ لتعلن مواكبة مصر لعصر ثورة المعلومات والاتصالات ، وتخطت هذه القنوات المتخصصة الحدود والحواجز وتطرقت إلى قضايا مهمة تشغل كافة المواطنين.

أهداف قطاع النيل للقنوات المتخصصة:

١- تحقيق ريادة مصر الإعلامية في كل من المجالين المسموع والمرئي (أرضياً وفضائياً).

٢- الارتقاء بمستوى الرسالة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون بما يحقق فاعليتها ووصولها إلى الجماهير .

٣- دعم النظام العام للمجتمع والمساهمة في إثراء التطور الديمقراطي الذي يتم في إطار من قيم المجتمع المصري وتقاليده النابعة من الدين الإسلامي الحنيف وثقافتنا وتراثنا الرفيع .

٤- حشد الطاقات الإعلامية لتحقيق أهداف التنمية الشاملة والمتكاملة للمجتمع .
٥- تلبية احتياجات الشرائح المختلفة من جماهير المشاهدين في مصر والوطن العربي .
٦- توفير خدمات تليفزيونية تتميز بالجودة والدقة والشمول والموضوعية في مخاطبة المشاهد .
٧- التأكيد على الانتماء الوطني وإعلاء الإحساس بالهوية القومية .
٨- إعلان شأن الاقتصاد المصري مع التركيز على إبراز الطفرة الاقتصادية التي تشهدها مصر حالياً .
٩- رفع مستوى التذوق الفني للجماهير وإرساء القيم العليا للحق والخير والجمال .
١٠- نشر الوعي السياسي والاقتصادي والثقافي لدى الجماهير وحثها على المشاركة الفعالة في عمليات التنمية الشاملة في كل أرجاء الوطن .
١١- تعزيز الجهود الرسمية في مجال نشر التعليم والقضاء على الأمية .
١٢- نشر الوعي الرياضي والصحي وتوعية الشباب وتقديم النماذج الرفيعة التي تعتبر قدوة للأجيال الجديدة .
١٣- الاهتمام بتقديم الثقافة الدينية وتأكيد سماحة الدين الإسلامي وأنه يجنح إلى الرحمة والتسامح ونبذ العنف .

نشأة وتطور قناة النيل للأخبار :

لم يفت مخططي سياسات الإعلام المصري تقديم خدمة تليفزيونية إخبارية متخصصة على غرار الخدمات الإخبارية التي انتشرت مؤخراً في مناطق أخرى من العالم وبالفعل جري التفكير في إنشاء قناة النيل للأخبار المتخصصة بعد أن أصبحت مصر عضواً هاماً في نادي الفضاء العالمي ينافس بقنواته المتخصصة القنوات العالمية ، ويواجه تحديات القرن الحادي والعشرين ، وتلبية خدمات واحتياجات المواطن العربي

مثل توفير خدمة إخبارية على أعلى مستوى من الحرفية والكفاءة وتحقيق الفورية والمواكبة والسبق في نقل الأحداث المحلية والعربية والعالمية.

- بث القناة وتطوره :

بدأت القناة بثها التجريبي في الحادي والثلاثين من مايو عام ١٩٩٨ ، أما البث الرسمي فقد أبدأ في السادس من أكتوبر عام ١٩٩٨، ولقد تطور عدد ساعات الإرسال على مراحل بناء على متطلبات كل مرحلة ، فبدأ الإرسال بمدة ساعتين يومياً من (١٠ صباحاً وحتى ١٢ظهراً) وذلك كان في مايو ١٩٩٨ ، ثم أضحى ٤ ساعات في أكتوبر ١٩٩٨ ، ثم امتد الإرسال ليصل إلى ١٤ ساعة يومياً في عام ١٩٩٩ من (١٠صباحاً وحتى ١٢ بعد منتصف الليل بتوقيت القاهرة) ومع بداية عام ٢٠٠٠ وصل معدل ساعات بثها إلى ١٦ ساعة ، وفي نهاية نفس العام زاد معدل الإرسال اليومي إلى ٢٠ ساعة من (٧ صباحاً وحتى ٣ من صباح اليوم التالي) ثم وصل البث إلى ٢٤ ساعة وذلك منذ ٢٠ مارس ٢٠٠٣ .

وقد بلغ إجمالي إرسال قناة النيل للأخبار خلال عام ١٩٩٩/٩٨ حوالي ٥١٣٠ ساعة منها ٦٣٣ ساعة ونصف الساعة من إنتاج القناة موزعة كالآتي :

جدول رقم (٢)

عدد ساعات إرسال برامج ومواد قناة النيل للأخبار عام١٩٩٩/٩٨

النوعيـــــة	ساعات الإنتاج	
	ق	س

برامج دورية	٣٠	٤١٧
برامج خاصة	٤٠	٦٥
لقاءات وحوارات	١١	١٧
ندوات	٠٠	١٣
تقارير اقتصادية	٤٥	١٠
تقارير إخبارية	٢٩	٧٠
تقارير تسجيلية	١١	١
رسائل	٤٦	٣٧
الإجمالي	٣٥	٦٣٣

بينما بلغ إجمالي إرسال قناة النيل للأخبار عام ٢٠٠٠/٩٩ حوالي ٥٢٩٠ ساعة منها ٧٣٤ ساعة و٣٨ دقيقة من إنتاج القناة موزعة على نوعيات البرامج كما يلي :

جدول رقم (٣)

عدد ساعات إرسال برامج ومواد قناة النيل للأخبار عام ٢٠٠٠/٩٩.

النوعيـــــة	ساعات الإنتاج	
	ق	س
البرامج الدورية	٢٦	٤٢٤
البرامج الخاصة	٥١	٥٨
اللقاءات والحوارات	٢٩	٥٠
والندوات	١٥	١٤٣
تقارير إخبارية	٢٧	١٣
تقارير اقتصادية	٥٥	٤
تقارير تسجيلية	٣٩	٢٩
رسائل	٥٧	٥
حصاد العام	٣٩	٣
إمساكية رمضان		
الإجمالي	٣٨	٧٣٤

ومما سبق نلاحظ أنه في عام ٢٠٠٠ شهدت قناة النيل للأخبار طفرة كبيرة سواء في عدد ساعات إرسالها أو في نوعية البرامج الإخبارية والسياسية ورسائل المراسلين المنتشرين في عدد من عواصم العالم .

و في عام ٢٠٠١ ارتفع إجمالي إر سال قناة النيل للأخبار إلى ٧٣٠٠ ساعة مقابل ٥٢٩٠ ساعة في العام الماضي بمتو سط قدره ٢٠ ساعة تقريباً ، وبلغ إجمالي إنتاج القناة ١٥٠٩ساعة ، و٢٥ دقيقة موز عة على نوعيات المواد والبرامج كما يلي :

جدول رقم (٤)

عدد ساعات إرسال برامج ومواد قناة النيل للأخبار عام ٢٠٠١

النوعيــــــــة	ساعات الإنتاج	
	ق	س
البرامج الدورية	٩	١٠٩٩
البرامج الخاصة	١٨	٣٢
برامج وأفلام تسجيلية	٢١	١٤
تقارير إخبارية داخلية	٣٧	٢٢٠
وخارجية	٥٠	٣٦
تقارير رياضية	٥٨	٤٠
تقارير اقتصادية	١٨	١٧
تغطيات	٢٠	٣٨
ندوات وحوارات	٢٧	٤
حصاد العام	٧	١٥
تقارير منوعة		
الإجمالي	٢٥	١٥٠٩

وفي عام ٢٠٠٢ بلغ إجمالي إرسال قناة النيل للأخبار إلى ٧٢٠٠ ساعة بمتوسط قدره ٢٠ ساعة يومياً ، في حين بلغ إجمالي إنتاج القناة ١٧٣٢ ساعة و ٢١ دقيقة موزعة على نوعيات المواد والبرامج كما يوضح البيان التالي :

جدول رقم (٥)

عدد ساعات إرسال برامج ومواد قناة النيل للأخبار عام ٢٠٠٢

النوعيـــــــــة	ساعات الإنتاج	
	ق	س
برامج دورية	٣٢	١٤١٣
برامج خاصة	٣١	٥٣
أفلام تسجيلية	٣١	٤
تقارير إخبارية	٤٧	١٠٠
مصورة	٢٨	٨٤
تقارير وكالات	٢٤	٢٥
تقارير رياضية	٤٤	٣٣
تقارير اقتصادية	٣٥	٣
ومؤشرات	٤٩	١٢
فواصل +برومو		
حوارات		
الإجمالي	٢١	١٧٣٢

وفـي عـام ٢٠٠٤ بلـغ إجمـالي سـاعات الإرسـال حـوالي ٧٧٠٨ ساعة في حين بلغ إجمالي إنتاج القناة ١٨٣٥ ساعة و ٤٢ دقيقة موزعة على نوعيات البرامج والمواد كما يوضح البيان التالي :

جدول رقم (٦)

عدد ساعات إرسال برامج ومواد قناة النيل للأخبار عام ٢٠٠٤

النوعيـــــــــة	ساعات الإنتاج	
	ق	س
أفلام تسجيلية	٤٦	٤
برامج خاصة	١٢	٢٩
برامج دورية	٥٤	١٥٥٠
فواصل + برومو	٢	٣
تغطيات غير دورية	٤٢	٢٥
تقارير إخبارية	٢	٧٠
مصورة	٦٠	٨٥
تقارير وكالات	٢	٣٥
تقارير اقتصادية	٤٠	١٨
ومؤشرات	٢٢	١٢
تقارير رياضية		
حوارات		
الإجمالي	٤٢	١٨٣٥

وفي عام ٢٠٠٥ بلغ إجمالي ساعات الإرسال حوالي ١٣٦٢٦ ساعة في حين بلغ إجمالي إنتاج القناة ١٩٠٥ ساعة... وهكذا تزداد عدد ساعات الإنتاج كل عام عن العام السابق .

- نطاق الإرسال والأقمار وحيزات التردد التي تعمل عليها القناة :

يتم بث إرسال هذه القناة بالنظام الرقمي على الأقمار وحيزات التردد التالية :

- القمر الصناعي العربي (العربسات) على تردد "سي باند" ٣٨٠٢ استقطاب رأس للمنطقة العربية .
- القمر الصناعي الأوروبي (يوتلسات على تردد "كيوباند " ١١٤٧٤ استقطاب رأس للمنطقة الأوربية .
- القمر الصناعي الأمريكي (الإنتلسات) على تردد "سي باند" ٤١٨٠ استقطاب رأس لمنطقة أفريقيا وأمريكا .

- الهوت بيرد على تردد "كيوباند" ١٢٩٣٥ استقطاب أفقي لمنطقة أوروبا.
- تبث القناة ابتداء من ٢٠٠٠/١١/٤ لمدة ٧ ساعات يومياً من خلال قناة النيل الدولية على القمرين العربسات واليوتلسات ، كما تبث أرضياً للجمهور المحلي على U.H.F في القاهرة ، وفي الإسكندرية اعتبارً من مايو ٢٠٠٣.
- وفي الرابع من شهر نوفمبر من عام ٢٠٠٠ ، بدأت قناة النيل الدولية Nil T.V في الانضمام إلى موجات قناة النيل للأخبار على فترتين يومياً من الساعة الواحدة ظهراً وحتى الخامسة بعد الظهر ، ومن الساعة الواحدة من صباح اليوم التالي وحتى الثالثة من صباح نفس اليوم ، وذلك في محاولة لنشر مضمونها على مستوى المنطقة العربية وأوربا وأسيا وأفريقيا من خلال القمرين الصناعيين (العربسات واليوتلسات).
- وفي ٤ نوفمبر ٢٠٠١ بدأ البث الأرضي للقناة على الحيز الترددي ٣٨ بين القناتين السابعة (٣٤) والرابعة (٤٠) .
- وفي نهاية عام ٢٠٠١ بدأت القناة الفضائية الثانية في الانضمام إلى موجات قناة النيل للأخبار لإذاعة برنامج "صباح جديد" على الهواء مباشرة ، وكذلك إذاعة النشرات والفترات الإخبارية والسياسية ، وكذلك انضمت قناة المحور الخاصة إلى موجات قناة النيل للأخبار لإذاعة بعض النشرات الاقتصادية.

ومن خلال ما سبق يتضح لنا برامج قناة النيل للأخبار تبث على كل أنحاء العالم وذلك من خلال بثها عبر الأقمار الصناعية المختلفة . "اليوتلسات يغطي أوروبا –الإنتلسات يغطي أسيا وبقية أنحاء العالم ، العربسات يغطي العالم العربي ، والنايلسات يغطي مصر وبعض دول العالم ".

- مصادر الأنباء التي تتعامل معها قناة النيل للأخبار:
- وكالات الأنباء الأجنبية الضخمة مثل : اسوشيتدبرس (AP) ، ورويتر (R) .
- اتحاد إذاعات الدول العربية (الأسبو ASBU)
- اتحاد إذاعات الدول الأجنبية (الأبو EBU)
- شبكة المراسلين الخاصة بالقناة والمنتشرة في كبريات العواصم العربية والعالمية ، مثل : واشنطن وموسكو وبروكسيل وسراييفو وبغداد وبيروت والقدس ورام الله .

- شعار قناة النيل للأخبار :

تعد قناة النيل للأخبار أو قناة مصرية متخصصة في مجال الأخبار تعمل تحت شعار (شابه ، عصرية ، جريئة) بسواعد شباب الإعلاميين المصريين الذين حصلوا على درجة عالية من الدراسة والتدريب .. تستخدم أحدث علوم العصر وتقنياته في تقديم مادتها الإخبارية و هي جريئة في البحث عن الحقيقة ولا تسعى إلى إثارة بقدر ما تسعى إلى الإيضاح وتقديم الخبر الذي يخاطب عقل المشاهد في عصر المنافسة الفضائية وعصر المعلومات.

أما عن الشعار الرمزي فنلاحظ أنه تم اختيار كلمة النيل للأخبار المكتوبة باللون الأزرق و هذا يدل على أنها تشبه نهر النيل الذي يعد رمزاً للحضارة والأصالة والحياة لأنه مصدر من مصادر المياه التي لا حياه بدونها ، و هذا يعطي انطباعاً أن هذه القناة تمثل نبعاً أساسياً من منابع الأخبار الذي لا غنى عنه . كما نلاحظ وجود علامة الكرة الأرضية وهذا يشير إلى أن هذه القناة تغطي كافة الأحداث والأخبار على مستوى العالم.

- التمويل والإدارة :

قناة النيل للأخبار إحدى قنوات النيل المتخصصة باتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري الذي يعتمد على تمويل الحكومة المصرية ويتولى اتحاد الإذاعة والتليفزيون الإشراف المالي والإداري والفني على القناة ، الذي تشرف عليه وزارة الإعلام المصرية و هي قناة مفتوحة (Free-To-Air) ، لا تحصل على اشتراكات مقابل مشاهدتها أي أنها تخضع للتمويل الحكومي.

- مكاتب قناة النيل للأخبار:

لقناة النيل للأخبار مراسلون منتشرون في العديد من عواصم العالم في : القدس ، العراق ، بيروت ، واشنطن ، باريس ، موسكو ، باكستان، وغيرها . وتقوم بإيفاد المراسلين إلى عديد من المواقع المختلفة في أوقات الأحداث الهامة الذين يمدونها بتقارير إخبارية متنوعة حول آخر المستجدات والأحداث والشئون العامة.

- أهداف قناة النيل للأخبار :

١- تهدف قناة النيل للأخبار بصفة أساسية إلى التعريف بتوجيهات السياسة المصرية والأوضاع الاقتصادية في مصر والعالم العربي ، وتقديم الخدمات لرجال الأعمال المصريين والعرب والأجانب.

٢- توفير خدمة إخبارية على مستوى عال من الحرفية والكفاءة ، التغطية الفورية للأحداث المهمة في جميع أنحاء العالم من خلال مراسليها ومندوبيها الموجودين في معظم عواصم العالم.

٣- تقديم التغطيات السياسية الهامة حية على الهواء مع تغطية أنشطة السيد رئيس الجمهورية ومجلس الشعب والشورى.

٤- العمل على نشر الوعي السياسي لدى الجماهير حفزاً لهم على المشاركة الفعالة في الحياة السياسية ونواحي التنمية المختلفة ، وذلك عن طريق تقديم الأخبار والبرامج الإخبارية والسياسية المختلفة .

٥- تحصين المواطن المصري ضد التيارات الفكرية المعادية أو المتطرفة بنقل الأحداث الهامة في حينها بكل الصدق والموضوعية .
٦- تقديم الخدمات الاقتصادية المتكاملة بهدف زيادة فرص الاستثمار في مصر وجذب رؤوس الأموال وتوعية المشاهدين بأهمية التنمية الاقتصادية في الاستقرار في البورصة وسوق الأسهم والسندات وفتح باب جديد للعمل أمام الشباب وتنمية وعي المواطن المصري في أسلوب تعامله مع مدخراته.
٧- تقديم التحليلات الإخبارية والتعليقات التي تشرح ما وراء الأحداث
.
٨- إجراء حوارات على الهواء مع أطراف متعددة على مستوى الداخل والخارج .
٩- تقديم برامج إخبارية وتحقيقات وريبورتاجات توفر المتابعة الحية والحيوية للأحداث الداخلية والخارجية .
١٠- تقديم خدمة تنبؤات جوية عصرية.

- أقسام قناة النيل للأخبار:

١- الإدارة العامة للتحرير والنشر .
٢- أقسام المراسلين المحليين والخارجين .
٣- قسم البرامج الخاصة .
٤- قسم الندوات والتغطيات والبث المباشر والأيام المفتوحة .
٥- إدارة البرامج الدولية بأنواعها (الوثائقية)

- الخدمة البرامجية في قناة النيل للأخبار:

تعد برامج قناة النيل للأخبار ذات طابع إخباري بالدرجة الأولى وتحاول تغطية الأخبار والبرامج الإخبارية وغيرها من خلال مجموعة البرامج المتنوعة ، وتتميز برامجها الإخبارية والسياسية بالطابع القومي الذي يحقق رسالة القناة لجمهورها المستهدف داخل مصر وخارجها.

وفيما يلي سنعرض المواد الإخبارية التي تقدمها قناة النيل للأخبار :

- **أولاً: البرامج الدورية :**

*** البرامج اليومية :**

تقوم هذه البرامج بإلقاء الضوء على الأخبار التي لم يتم تناولها في النشرات الإخبارية و عرض المواقف الساخنة جداً لأهم الأحداث الجارية دون التعليق عليها و عرض الأخبار الخفيفة والطريفة من كل أنحاء العالم ، واستعراض لكل ما تتناوله الصحف اليومية ، التركيز بالشرح والتحليل على مصطلح ضمن خبر جديد .

ومن هذه البرامج (بالبنط الصغير ، بدون تعليق ، الدنيا في خبر، موعد مع صحابة الجلالة ، كلمة في خبر ، أنه في يوم ، صباح جديد).

*** البرامج الأسبوعية :**

تقدم هذه البرامج تحقيقاً كاملاً حول أهم المشروعات في مصر وحصاد الأسبوع الرياضي والفني وأهم الأقوال التي نشرت في الصحف المحلية والعربية والعالمية وأيضاً استطلاع لآراء المواطنين في الموضوعات العامة وقياس رد فعل الشارع المصري تجاه القضايا السياسية الساخنة المطروحة على الساحة وعرض لأهم موضوعات الصحافة الإسرائيلية . كما تقدم هذه البرامج صورة عن الحياة في قارة أفريقيا سياسياً واجتماعياً واقتصادياً ، وتتناول أيضاً أهم القرارات المصرية التي غيرت مسار الكثير من القضايا الهامة.

و من هذه البرامج (متى ينتهي هذا المشروع ، الصحافة الإسرائيلية ، سبعة رياضة ، عرض خاص ، قالوا هذا الأسبوع ، ترمومتر ، خطوط وحدود).

وباعتبار أن برنامج "خطوط وحدود " يمثل واحداً من برامج عينة الدراسة التحليلية فإننا سنلقي الضوء عليه (يعد برنامج خطوط وحدود واحداً من أهم البرامج الإخبارية السياسية التي تقدمها قناة النيل للأخبار

على الهواء مباشرة في الساعة (١٨.١٠) بتوقيت جرينتش والساعة (٨.١٠) مساء بتوقيت جمهورية مصر العربية كل يوم أربعاء من كل أسبوع ويقدمه السفير محمود شكري ويستضيف شخصية متخصصة في موضوع الحلقة داخل الأستديو إضافة إلى شخصية أخرى متخصصة أيضاً في الموضوع ولكن يتم استضافتها عبر الأقمار الصناعية بالصوت والصورة وقد تحدث مداخلات أخرى عبر الهاتف من جانب الشخصيات العامة ، ويتناول هذا البرنامج القضايا السياسية بالمناقشة والتحليل وإبداء الرأي فيها كما يتناول أيضاً القضايا العامة التي تهم الجمهور ، والعلاقات بين الدول وبعضها البعض سواء كانت علاقات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية .

وأهم ما يميز البرنامج هو أنه يتناول القضايا التي تهم الرأي العام بالشرح والتحليل وبأسلوب مفهوم وواضح لدى الجمهور بكافة قطاعاته ، وبالتالي فإنه يجيب على كثير من التساؤلات التي تدور بذهن الجمهور إزاء القضايا المختلفة.

*** البرامج النصف شهرية :**

تقدم هذه البرامج نشاط الدبلوماسية المصرية داخلياً وخارجياً على جميع المحاور ورؤية مستقبلية للقضايا التي تهم المنطقة العربية و عرض لأهم الأحداث والأخبار المتعلقة بالحياة النيابية في مصر واستعراض لأنشطة المرأة في كافة المجالات .

ومن هذه البرامج (عالم الدبلوماسية ، البهو الفرعوني ، المرأة المصرية ، وراء الوادي ، قراءة الزمن الآتي).

*** البرامج الشهرية :**

وتقدم هذه البرامج لقاءات مع شخصيات كبيرة تركت مكان المسئولية وحوار حول هذه الفترة وحوارات مع إحدى الشخصيات التي

كان لها دور كبير في الحياة السياسية في مصر . و من هذه البرامج (الحدود الملتهبة ، كنت مسئولاً ،شهادة للتاريخ ، مطلوب للتعقيب).

*** البرامج المستحدثة :**

قامت القناة بإنتاج ١٥ برنامجاً مستحدثا منها : أعلام ورايات ، و شئون عربية ، ذاكرة المدينة ، الساعة الرابعة والعشرون ، بانوراما النيل، أخبار نت ، ريبورتاج اقتصادي .

- **ثانيا : البرامج الخاصة :**

قدمت القناة خلال هذه الفترة برامج إخبارية خاصة تتناول أهم الموضوعات المطروحة على الساحة وتواكب الأحداث الجارية .

ومن هذه البرامج (الهيئة العامة للكتاب ، طريق الاستقلال ، أحلام مسروقة ، سنوات في قصر الرئاسة ، الصين معجزة القرن ، البحار السياسية ، التجمعات العربية ، صناعة الأخبار في ٤٠ يوم ، سيناء أرض الأحلام ، جامعة الدول العربية ، السماوات المفتوحة ، النظام السياسي الإيراني ، السيناريو القادم ، المشهد ، من القدس ، من زاويا مختلفة ، ....)

- **ثالثاً : اللقاءات والحوارات :**

قدمت القناة العديد من اللقاءات والحوارات مع شخصيات مصرية وعربية وعالمية ، منهم (د/عصمت عبد المجيد الأمين العام السابق للجماعة العربية ، السفير الليبي بالقاهرة ، ملك سوازيلاند ، الأمير طلال بن عبد العزيز ، وزير الإعلام السابق / صفوت الشريف ، الشيخ عكرمة صبري مفتي القدس ، السيد / عدنان وزير الإعلام السوري ، الشيخ محمد الصباح وزير الدولة الكويتي ، والعديد من الشخصيات العربية والدولية).

- **رابعاً : الندوات :**

قدمت القناة عدة ندوات مباشرة منها (قراءة في بيان الحكومة ، قانون الأحوال الشخصية الجديد ، الشيشان حرب وثلج ولاجئون ، مصر والألغام ، إيران سنوات التحول ، التسلح النووي ، لبنان شرارة الضمان ، التأمين الصحي بين الواقع والمأمول ، المبادرة المصرية الأردنية ، اغتصاب وطن) .

- **خامساً : التغطيات :**

قامت القناة بتغطية أهم الأحداث السياسية والاقتصادية على الساحتين العربية والعالمية مثل (زيارة السيد الرئيس مبارك إلى الولايات المتحدة ، مؤتمر الكوميسا ، القمة الأفروأوربية ، مباحثات عمرو موسى والصحاف ، الأزمة العراقية ، الأزمة الباكستانية ، الاحتفال باليوبيل الفضي لنصر أكتوبر ، مؤتمر وزراء الخارجية العرب ، مؤتمر أنا بوليس للسلام بتاريخ ٢٠٠٧/١١/٢٧) وغيرها من المؤتمرات المحلية والدولية .

- **سادساً : رسائل المراسلين والتقارير :**

قدمت القناة العديد من الرسائل الخارجية والداخلية والعديد من التقارير الاقتصادية للوقوف على آخر ما وصلت إليه سوق المال والتجارة المحلية والعالمية .

وقد وصل عدد الرسائل التي قدمتها قناة النيل للأخبار إلى ٩٨٤ رسالة من مختلف العواصم العربية والعالمية ، كما قدمت ١٧٠٥ تقريراً إخبارياً خارجياً و٢٤٩٢ تقريراً إخبارياً داخلياً و٧٤٧ تقريراً رياضياً و١٠٣٩ تقريراً اقتصادياً و٥٠٢ تقريراً منوعاً وذلك حتى نهاية عام ٢٠٠١.

- **سابعاً : أفلام تسجيلية :**

قامت القناة بإنتاج أفلام تسجيلية عديدة منها (مصر الأمم والوطن والمواطنة ، زفة المحمل ، أحبابك عشرة ، لبنان ذاكرة الوطن ، شدو

الحجارة ، أيام مقدسية ، مصر واليابان عهد جديد ، خمس أيام في قنا ، سيناء أرض الأحلام ، نجمة من الجنوب ، مبعدون ، الحائط ، سحر الشرق ، وآخرها فيلم فاز بالجائزة الأول عن تعليم الفتيات ، .... الخ).

- **ثامناً: الأيام المفتوحة :**

قامت القناة بتنفيذ عدد من الأيام المفتوحة عن مواضيع مختلفة منها (يوم المرأة العالمي ، يوم القدس ، شرق أوسط بدون سلاح نووي) .

ومن أهم البرامج التي تقدمها قناة النيل للأخبار ، برنامج (صباح جديد) وقد كان الرئيس حسني مبارك ضيف أو حلقة في هذا البرنامج ، وقد أحدثت الحوارات التي أجراها مذيعوا قناة الأخبار مع الرئيس مبارك في شهر أكتوبر ٢٠٠٠ حول (انتفاضة الأقصى)ردود فعل واسعة النطاق على الصعيد المحلي والعربي والعالمي.

هذا بالإضافة إلى برنامج "بانوراما النيل" ونشرات الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية والبرامج الوثائقية وفعاليات جلسات مجلسي الشعب والشورى .

- **تاسعاً : الحلقات الخاصة :**

وهي برامج لا تتسم بالدورية ، ولكن بعضها يتم تقسيمه إلى عدة أجزاء :

- حلقات عن تاريخ وعمليات الموساد .
- حلقات عن تاريخ القمم العربية .
- حلقات بإسم "أشرار القرن " تعرض الشخصيات الطاغية في العصر الحديث .
- حلقات باسم "صناع التاريخ " تعرض الشخصيات التي أقرت في التاريخ .
- الملابس الدينية القبطية .
- السماوات المفتوحة .

- النظام السياسي الإيراني .
- حلقات "العالم في قرن " من النواحي : العلمية – السياسية – الاجتماعية ، وهذه الحلقات تم إنتاجها في نهاية عام ٢٠٠٠ لتؤرخ لأحداث القرن .
- حلقات "صناعة الأخبار " وتعرض تاريخ وتطور الخدمات الإخبارية .
- حلقة حول "الهيئة العامة للكتاب " .
- حلقة بعنوان "الصين معجزة القرن العشرين ".
- حلقة عن ليالي فلسطين والتي تناولت ملف كامل عن القضية الفلسطينية .

وقد شهدت قناة النيل للأخبار الأيام الماضية تطوير شامل في البرامج من ديكور وطريقة التقديم واستخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة.

ولقد صرح وزير الإعلام "أنس الفقي " في تصريح صحفي له بجريدة الأخبار بأن التطوير الجديد لقناة النيل لأخبار يتضمن الشكل والمضمون مشيراً إلى الرسالة الإعلامية الجديدة التي تهتم بتقديم صورة حقيقية ومتزنة بعيداً عن المغالاة والعمل على متابعة الأحداث في مصر والمنطقة العربية والعالم وذلك من أجل تقديم رؤية مصرية صادقة للأحداث في المنطقة وتتناول بكل صراحة ووضوح تفاصيلها وتحليلها مع كبار الشخصيات والمفكرين للتعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم في الأحداث الجارية .

وقد بدأ إرسال قناة النيل المتطور عن استديو(٥) تحت شعار "النيل.. قناة مصر الإخبارية نهر الحقيقة "وهو ثاني أكبر استديو بمبنى الإذاعة والتليفزيون حيث تبلغ مساحته ١٠٠م^{٢} ، وتم نقل القناة بجميع

إداراتها ومذيعيها وحجرة الأخبار إلى هذا الاستديو الضخم الذي يحتوي على أحدث التقنيات الهندسية.

ومع بداية الانطلاقة الجديدة لقناة للأخبار قامت بتقديم بعض البرامج الجديدة ومن بينها برنامج "من حقك" ، "حوار من واشنطن" ، "على ضفاف المتوسط"، وبرنامج "شئون إسرائيلية " ، والبرنامج الديني " فقه الحياة".

وكانت من أهم مظاهر التغيير في شكل القناة التغيير في استخدام الجرافيكس والأساليب المستخدمة في عرض الأخبار ، وشريط الأخبار المتحرك ، وبث الأخبار برسائل قصيرة عبر التليفون المحمول (SMS) وذلك لتضاهي أكبر الشبكات الأخبارية في العالم .

ويوجد أيضاً للقناة موقع متطور على شبكة الإنترنت يحتوي على كافة الخدمات الإخبارية المختلفة ، ويشمل العديد من الأقسام أهمها قسم الأخبار الدولية ، قسم الأخبار العربية ، الأخبار المحلية ، الرياضة ، الاقتصاد ، الثقافة والفنون ، الصحة والعلوم ، أخبار خفيفة ، الطقس ، كاريكاتير ، كما يشمل خدمة قارئ الأخبار (RSS) ، أرشيف الأخبار ، البريد الإلكتروني ، وخدمة البث المباشر . وهذا الموقع هو www.nilenews.tv وفي النهاية يمكننا القول بأن قناة النيل للأخبار رغم تواضع إمكانياتها إلا أنها استطاعت أن تقدم رسالة إعلامية تسهم في تلبية حاجات المواطن العربي في نقل الأحداث العربية والعالمية ، فقد أثبتت العديد من الدراسات والبحوث السابقة على حرص أعداد كبيرة من المشاهدين لمتابعتها ، ومن هذه الدراسات المرتبطة بقناة النيل للأخبار ما يلي :

أظهرت نتائج دراسة جيهان يسري ٢٠٠٠ والتي طبقت على عينة عشوائية قوامها (٢٤) مفردة من طلاب وطالبات جامعة القاهرة ، أن قناة النيل للأخبار جاءت في مراتب متقدمة من حيث أهم القنوات الفضائية

لمشاهدة النشرات الإخبارية بها ، حيث جاءت في المرتبة الثالثة بعد القناة الأولى المصرية والثانية المصرية .

وتوصلت دراسة حنان أحمد سليم وحسام على سلامة ٢٠٠٢ والتي طبقت علي عينة قوامها (٢٠٠) مفردة من الطلاب المصريين في جامعة أسيوط أن قناة النيل للأخبار جاءت في مرتبة متقدمة من حيث أهم القنوات الفضائية العربية مشاهدة .

وكشفت دراسة صفا عثمان ٢٠٠٢ والتي طبقت على طلبة الجامعات الحكومية والخاصة المصرية ، أن ٨٧.٥% من المبحوثين يشاهدون قناة النيل للأخبار ، وجاءت في المرتبة الأولى من بين وسائل الإعلام التي تحظى بالمصداقية لدى المبحوثين عند وجود حدث مهم ومحوري ، بينما جاءت قناة النيل للأخبار في المرتبة الثالثة بعد قناة الجزيرة والـCNN من حيث نسبة المشاهدة من بين القنوات الأخبارية المتخصصة .

وأوضحت دراسة حنان أحمد سليم ٢٠٠٥ أن قناة النيل للأخبار ينقصها بعض مكونات الأداء الإعلامي مثل الفورية والموضوعية والجرأة، وفسرت الباحثة ذلك في ضوء أنها تخضع للسيطرة الحكومية وأظهرت نتائج دراستها وجود اتجاهات إيجابية نحو ضرورة تطوير الخدمة الإخبارية لقناة النيل للأخبار ، حيث رأت الصفوة المصرية أن قناة النيل للأخبار مازالت بحاجة لمزيد من الفورية في تناول الأحداث وكذلك زيادة عدد المراسلين فضلاً عن ضرورة أتساع مساحة الحرية في تناول الأحداث الداخلية .

وخلصت دراسة عبد الله زلطة ٢٠٠٥ إلى أن قناة النيل للأخبار احتلت المركز الثالث بنسبة ٤٢.٣% بعد قناة الجزيرة والعربية .

كما أوضحت دراسة عادل عبد الغفار ٢٠٠٥ أن قناة النيل للأخبار جاءت في المرتبة الثانية من بين القنوات الإخبارية العربية التي تحرص النخبة الإعلامية المصرية على مشاهدتها بينما جاءت في المرتبة

الأخيرة من حيث الأهمية كمصدر لإمداد النخبة الإعلامية المصرية بالمعلومات في الظروف العادية على مستوى القنوات الإخبارية العربية وكشفت نتائج الدراسة أن قناة النيل للأخبار من أهم القنوات الإخبارية التي يعتمد عليها أفراد النخبة الإعلامية المصرية في حالة وجود أزمات محلية خاصة بمصر .

ومن خلال الإطلاع على الدراسات السابقة يمكن القول أنه على الرغم من الإمكانيات المادية المتواضعة التي تمتلكها قناة النيل للأخبار إلا أنها استطاعت أن يكون لها تواجد وحضور بين القنوات الفضائية العربية الإخبارية واستطاعت أن تنافس باقي القنوات الإخبارية العربية ذات الإمكانيات الضخمة ، ولكنها تحتاج إلى المزيد من الجرأة في تناول الموضوعات والقضايا وإعطاء المزيد من الحرية للأفراد والمؤسسات والأحزاب وغيرها للتعبير عن وجهات نظرهم في العديد من الموضوعات والقضايا لا من خلال وجهة النظر الحكومية أو الرسمية فقط ، وضرورة فتح مزيد من المكاتب لها في العديد من بلدان العالم وزيادة عدد مراسليها كي تتمكن من نقل الأخبار العاجلة لتحقيق مزيد من الانتشار والنجاح خاصة في ظل المنافسة الإعلامية الشديدة بين القنوات الفضائية الإخبارية .

الفصل السابع
الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي

المقدمة:

يتكون الفصل السابع من ثلاثة أجزاء تتناول: المواقع الإلكترونية والمواقع الإجتماعية والإعلام الجديد وشبكات التواصل: (الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب)، وتأثير هذه الشبكات على جمهور المتلقين والدور الذي لعبته وتلعبه في (ربيع الثورات العربية) ، وهذه الأجزاء هي:

أولاً: المواقع الإلكترونية:

منذ بداية ظهور أجهزة الكمبيوتر ومن ثم شبكة الإنترنت، شهد العالم أجمعه ظاهرة تأسيس المواقع الإلكترونية، وبادرت الهيئات والمؤسسات الحكومية إلى إنشاء مواقع خاصة بها، كذلك أقدمت الشركات والمؤسسات الأهلية الربحية وغير الربحية، إلى إنشاء مواقع متعددة حظيت باهتمام الكثير من الزوار وخصوصاً مواقع التجارة الإلكترونية، وفي الواقع فإن هذه المواقع أصبحت تتنافس مع المواقع التابعة للدولة.

كذلك قامت وسائل الإعلام بأشكالها المتعددة من فضائيات تليفزيونية وصحف ومجلات ودور نشر ومؤسسات أبحاث، بحجز مواقع تابعة لها على شبكة الإنترنت ولم يقتصر على ذلك، بل لجأ العديد من الأفراد خصوصاً المثقفين منهم كالشعراء والفنانين والكتاب عموماً، إلى تأسيس مواقع إلكترونية خاصة بهم لإبراز دورهم ونشر إبداعاتهم ونتاجاتهم الثقافية والفكرية وغيرها.

إن شبكة الإنترنت هي عبارة عن مجموعة من المواقع الإلكترونية تحتوي على كم هائل من المعلومات الرئيسية في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة، ويتألف الموقع الإلكتروني الواحد عادة من صفحة واحدة أو عدة صفحات، ويحتوي على مجموعة من المواضيع وملفات الفيديو والصور وغيرها، وبإمكان أي مستخدم لشبكة الإنترنت الدخول إلى هذه المواقع المتاحة في أي وقت يشاء، والوصول بثوان معدودة إلى أية معلومات يريدها ومن مصادرها الرئيسية وفي أي مكان من العالم، وفي ظل مقولة رددها (بيل جيتس) باستمرار تؤكد: "إن مستقبل الصحافة المطبوعة يتمثل في استخدام الإنترنت" ، وتنقسم هذه المواقع الإلكترونية إلى قسمين رئيسيين هما:

١- المواقع المؤسساتية: هي مواقع مملوكة لمؤسسة أو شركة، وهي عبارة عن مجموعة من الصفحات الثابتة، تحتوي على معلومات عامة عن تلك الشركة أو المؤسسة، وعن نشاطاتها والخدمات التي تقدمها، والمنتجات التي تعرضها وتروج لها، كما وأنها تحتوي على بيانات تخصها، وعنواناتها وطرق الاتصال بها. هذه الصفحات يمكن أن يقال عنها أنها ثابتة على مدار اليوم على الشبكة العنكبوتية، وتعتبر هذه الصفحات أفضل وسيلة إعلامية ودعائية للمؤسسة أو الشركة، كونها متاحة لكافة زوار الشبكة في عموم المعمورة. ويعتبر الموقع الإلكتروني الطريقة المفضلة للتعامل مع العملاء، والإجابة على أسئلتهم وتلبية طلباتهم، كما وأنه يساعد في الترويج وبيع المنتجات أكثر مما تقوم به وسائل الترويج والبيع الأخرى، وبهذا يتحقق كسب الوقت والجهد.

تتميز هذه المواقع كما يراها الدكتور محمد الموسوي بالتالي: "أولاً: دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع. ثانياً: الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه. ثالثاً: المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم الشركة صاحبة الموقع بإنتاجه، من خلال عمليات التسويق الشبكي. رابعاً: لا تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية، ولا تستخدم غالباً قوالب إعلامية أو صحفية، وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى، وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات غالباً ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجارية.

خامساً: لا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وغالباً ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بيانات الشركة أو إضافة الإعلانات المطلوبة، وربما يتم تدريب بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة للقيام بمهمة التحديث. سادساً: لا تعتمد هذه المواقع على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما يلجأ بعضها إلى خبراء في مجال الإعلان والدعاية، خاصة في المواقع المملوكة لكبرى الشركات التجارية" .

٢- المواقع الشخصية: هي مجموعة من الصفحات الخاصة بصاحب الموقع، تحتوي على معلومات خاصة به، وكتابات وأفلام فيديو وتسجيلات صوتية وصور فوتوغرافية، ويعرض فيها آرائه ومواقفه، وهذا ما يتيح لزوار الموقع الإطلاع عليها ومناقشتها بشكل مباشر معه. ويفضل بعض أصحاب المواقع أن يجعلوها مغلقة، ولا تتاح للزوار فرصة التعليق والردود والإضافات والتغيرات، كالحذف والإضافة للصور والتسجيلات وأفلام الفيديو وغيرها، ويتاح لهم فقط تصفح الموقع والإطلاع على محتوياته. ويعمد البعض الآخر من أصحاب المواقع على إضافة خدمات إضافية لجلب الزوار من متصفحي الإنترنت مثل: عرض أحوال الطقس وأسعار العملات ودليل المواقع الأخرى، كذلك إضافة صفحات ثقافية ورياضية وغيرها.

ويعتبر "الموقع الشخصي هو أفضل وسيلة للتواصل بين الشخص والعالم الخارجي، حيث يقوم بتوفير بيئة للتواصل مع متصفحي الإنترنت من خلال هذا الموقع، ويقوم بتحديث موقعه عن طريق حاسوبه الشخصي، فمثلاً لو كان مصوراً أو رساماً أو كاتباً يرغب في إبراز هواياته وإمكانياته على الانترنت فإن الموقع الشخصي هو الحل لذلك.. المواقع الشخصية هي التي تبرز مواهبك وتعكس الطابع الخاص بك، مما يتيح لك توسيع إمكانية الوصول إليك عن طريق الإنترنت.. وتمكنك من التعبير عن الذات والخصوصية، وخلق الهوية الخاصة بك على الانترنت".

ولا تقتصر المواقع الإلكترونية على هذين التصنيفين فقط، بل هناك مواقع أخرى تتميز بخاصية متفردة وتقدم خدمات جيدة مثل: (موقع غوغل، موقع ياهو، وموقع أم أس أن وغيرها)، التي تقدم خدمة البريد الإلكتروني المجاني وخدمات أخرى.

أنواع المواقع الإلكترونية:

للمواقع الإلكترونية أنواع كثيرة، ولا يمكن حصرها في أعداد محدودة، فهناك مثلاً: (المواقع السياسية والاقتصاد والتجارية والسياحية والعلمية والثقافية والاجتماعية والرياضية، والمواقع الصحفية وغيرها)، لكن يمكن الحديث عن أنواع المواقع من الزاوية الفنية والتطبيقية، وبهذا فإنها تنقسم إلى ثلاثة أنواع أساسية: المواقع الساكنة، المواقع الديناميكية، ومواقع التجارة الإلكترونية.

١- المواقع الساكنة: (Static Web Site) تحتوي هذه المواقع على بعض النصوص والصور، بالإضافة إلى مواد نصية وغرافيكية ثابتة ومتحركة، تتفق وسياسة القائمين على إدارة الموقع، والفكرة الأساسية من إنشائه، ولكن لا يستطيع القائمون على الموقع تغير البيانات وتحديثها بشكل ديناميكي، ولا حتى متصفحي الموقع بإمكانهم إضافة ردود أو تعليقات أو أية مشاركة أخرى، لأن هذا النوع من المواقع لا يمتلك قاعدة تحديث البيانات (Data Base). حيث "يتطلب تغيير أي معلومة أو صورة باستخدام أدوات ولغات تطوير المواقع، ثم إعادة نشره على الإنترنت مرة أخرى، وبالطبع فإن عدد صفحات الموقع غير محدود ويمكن إضافة المزيد في أي وقت طبقاً للمحتوى المطلوب للموقع".

٢- المواقع الديناميكية: (Dynamic Web Site) يتميز هذا النوع من المواقع الديناميكية بخاصية قاعدة البيانات (Data Base)، وبهذا يختلف عن المواقع الساكنة، حيث يتاح لأصحاب

هذه المواقع أو المسؤولين عن إدارتها، دون الرجوع إلى الشركة المصممة أو المسؤول عن تصميم الموقع، إجراء التغيرات والتحديثات كالحذف والإضافة وإدخال المعلومات الجديدة، وتحديث البيانات وترتيب الصور، بالإضافة إلى التحديث المستمر يومياً، أو حتى لساعات محددة، وقد وصل الحال في بعض المواقع أن تحدث معلوماتها كل عشرة دقائق، ومثال ذلك مواقع محطة (CNN) وتليفزيون (BBC) وغيرها.

ولإجراء هذه التغيرات والتحديثات السريعة يستخدم المسؤول عن الموقع لوحة تحكم بشفرة سرية خاصة. ويتم وذلك من خلال "إدخال وإظهار المعلومات وجداول البيانات والصور الموجودة بصفحات المواقع الديناميكية من خلال قواعد بيانات (Data Bases) كبيرة تسمح بالإضافة والتحديث المستمر للصفحات، ولهذا أطلق عليها المواقع الديناميكية، ويقوم صاحب الموقع أو المسؤول عن إدارته بتحديث بيانات الموقع، من خلال لوحة تحكم مؤمنة دائماً بكلمة سر لا يعرفها سوى مسؤول إدارة الموقع".

٣- مواقع التجارة الإلكترونية: (E– Commerce) تعتبر هذه المواقع سوقاً مفتوحة للزوار، حيث تعرض خدماتها ومنتجاتها الإلكترونية للناس، وتعتبر أيضاً أكثر مواقع الإنترنت تطوراً وأهمها تجارياً، وقد "أصبح الإنترنت سوقاً واسعاً للشركات، بعض الشركات الكبيرة وسعت من أعمالها واعتمدت ميزة (قلة تكلفة) الإعلان والاتجار عبر الإنترنت، والذي يعرف بالتجارة الإلكترونية (E–Commerce). وهي تعتبر أسرع طريقة لنشر المعلومات إلى عدد كبير من الأفراد. ونتيجة لذلك قامت الإنترنت بعمل ثورة في عالم التسوق.

وتحتوي هذه المواقع على دليل إلكتروني يضم صفحات عديدة، تشرح للمتسوقين مضامين ومواصفات وخصائص ومميزات وفوائد الخدمات التي تقدمها والمنتجات التي تعرضها. ويستطيع المتسوق من خلال تصفح هذا الدليل اختيار الخدمة أو البضاعة التي يرغب بشرائها، ويقوم بدفع ثمنها إلكترونياً من خلال (كارتات بنكية) ومصرفية معتمدة وموثوقة مثل: (فيزا كارت وماستر كارت وغيرها)، ومن هذا المنطلق "تقوم فكرة مواقع التجارة الإلكترونية من الناحية العلمية على إنشاء موقع ديناميكي، يحتوى على كتالوج إليكتروني أو صفحات تشرح المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الجهة صاحبة الموقع، مع السماح للمتصفح باختيار ما يرغب منها للشراء ودفع ثمنها باستخدام (كروت) في إرسال أو شحن المنتجات أو الخدمات المطلوبة للعميل المشترى في مكانه".

ويتوجه هذا النوع من التجارة إلى جيل الشباب والمراهقين كما يقول الدكتور فتحي حسين عامر: "كأمثلة على التسوق الشخصي، مجتمعات الإنترنت والتي يدخلها الآلاف من مستخدمي شبكة الإنترنت ليعلنوا عن أنفسهم ويعقدوا صداقات عبر الإنترنت. وبما أن مستخدمي هذه المجتمعات تتراوح أعمارهم بين (١٣-٢٥) عاماً، فإنهم حين يعلنوا عن أنفسهم فهم يعلنون بالتالي عن هوياتهم واهتماماته، ومن هنا تستطيع شركات التسويق عبر الإنترنت استخدام هذه المعلومات للإعلان عن المنتجات التي توافق رغباتهم واهتماماتهم".

أنماط المواقع الإلكترونية:

بأتساع شبكة الإنترنت، تعددت المواقع الإلكترونية التي تقوم بمهمات عديدة وفقاً للغرض من إنشائها، سواء أكانت مؤسساتية أو شخصية، وهي بتعددها هذا تقدم الكثير من الخدمات المتنوعة، وتصنف هذه المواقع إلى أنماط متعددة هي:

١- المواقع المعلوماتية: تظم هذه المواقع من حيث المحتوى والمضمون الذي ينشر عليها مجموعة من التصنيفات منها:

أ- المواقع التعريفية: وتشمل مواقع الشركات والمؤسسات والمواقع الشخصية، وتتيح لزوارها الإطلاع على خدماتها ومنتجاتها ونشاطاتها، ويجري تحديثها بفترات متباعدة، وهي بمثابة دليل أو كراس تعريفي تقدمه إلى زائريها، وتقدم لهم معلومات أولية وبسيطة عما تريد الإعلان عنه، وعادة ما تذيل المواضيع المنشورة فيها بعبارة: (للمزيد من التفاصيل زوروا الموقع التالي).

ويقول عنها الدكتور محمد الموسوي: "تقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعاليات المؤسسات التي أسستها وهي غالباً ما تكون مؤسسات غير ربحية، مثل المؤسسات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية. وغالباً ما تكتفي مثل هذه المواقع بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام بالتغطيات الصحفية والإعلامية، أو حتى الاستعانة بمتخصصين لتغطية أنشطتها وفعالياتها، وقد تقدم بعضاً من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين، إلا أنها تتسم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع".

ب- المواقع المعرفية المتخصصة: هي مواقع ذات أهمية كبيرة لزوارها، كونها تقدم المعرفة المتجددة والمعلومة المحدثة في سياق تخصصي، تشمل شخصيات معينة أو مواضيع ذات أهمية أو مبتكرات علمية حديثة، مستخدمة الأساليب المكتوبة والمسموعة والمرئية. ومن هذه المواقع هي: مواقع العلماء والشخصيات المشهورة، وما يقدمونه من جديد في مجالات العلم والمعرفة والثقافة والفنون، كالطب وعلوم الطبيعة والمبتكرات الجديدة والدوريات الثقافية والمعرفية. وتركز هذه المواقع على "التعريف بصناع الأحداث والمشاهير في العالم من خلال المواقع الخاصة بذلك وعمل تقارير وبروفيلات عنهم".

ج- المواقع الإخبارية: وهي عادة تقدم أحدث وآخر الأخبار من موقع الحدث، وتهتم بالخبر الصحفي حين حدوثه، وتجدد هذه المواقع وتحدث أخبارها على ضوء المستجدات التي تحدث في العالم، وهي عادة ما تكون واجهة لبعض وسائل الإعلام المرئية والمكتوبة، كالمواقع الإلكترونية للفضائيات التلفزيونية مثل: (محطة "CNN" وفضائية "BBC" وقناة روسيا اليوم وقناة الجزيرة وقناة العربية)، والصحف مثل: (واشنطن بوست والكرديان وكومر سانت الروسية والأهرام المصرية والمدى)، وغالباً ما تكون تغطيتها ضمن حدود جغرافية محددة، ولأحداث آنية وساخنة تجتاح المنطقة.

"تتكامل هذه المواقع مع مؤسسات إعلامية، سواء أكانت صحفية أو إذاعية أو فضائية، مثل مواقع الصحف الورقية، والمحطات الفضائية، وتتسم هذه المواقع بعدد من المواصفات: أولاً: الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها، وتدعم دورها الإعلامي، سواء أكان دوراً إذاعياً أو فضائياً أو صحفياً. ثانياً: إعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه في المؤسسات الأساسية التي تقوم بدعمها والتكامل معها. ثالثاً: لا تنتج مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية، إلا في نطاق ضيق، وربما يتم إعادة إنتاج المواد المتوفرة في المؤسسة، بما يتلاءم مع طبيعة الإنترنت".

د- المنتديات: انتشرت بشكل كبير في السنوات الأخيرة، هذه النوعية من المواقع في العالم أجمع، لبساطتها وسهولتها ولما تقدمه لمرتاديها من مواضيع ترفيهية وحياتية يومية، تتيح للزوار فرصة كبيرة للمحادثة (الدردشة) حول تلك المواضيع، والأسئلة التي يثيرها (الآدمن) أو المتداخلين أحياناً، وقليل جداً ما نجد من بينها مواقع متخصصة في مجالات محددة تميزها عن غيرها، وتقدم فائدة ذات قيمة لزوارها.

"والمنتديات أنواع منتشرة على شبكة الإنترنيت ومتاحة للمستخدم أن يكتب فيها ما يريد بمجرد الاشتراك الذي لا يكلف سوى كتابة الإيميل وكلمة سر خاصة به، ويصبح عضواً مشتركاً في هذه المجموعة أو المنتدى".

ويقول عنها موقع ثورة الويب بأنها: "مواقع تتيح للأعضاء المنتسبين لها المشاركة المتمثلة في كتابة المواضيع أو الرد على المواضيع التي يكتبها الآخرون، وهي مواقع منتشرة في الويب العربي لكن القليل منها متميز ومتخصص في مجالات مفيدة".

وكما يقول الدكتور محمد الموسوي "تركز هذه المواقع على عملية التفاعل مع الزوار من خلال: أولاً: المنتديات وساحات الحوار المكتوبة. ثانياً: غرف المحادثة (الدردشة). ثالثاً: الحوارات الصوتية التفاعلية. رابعاً: المجموعات البريدية. لا تعتمد مثل هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وتقتصر في الغالب على عملية المتابعة والمراقبة من خلال مشرفي المجموعات البريدية أو مشرفي ساحات الحوار، ولا تشترط هذه المواقع كفاءة أو خبرة فنية إعلامية أو صحفية للمشاركين فيها أو المشرفين عليها، ولكنها تحتاج إلى توفر مهارات النقاش والتفاعل الشخصي مع الزوار لدى مشرفي الموقع".

٢- المواقع الخدمية: يقتصر عمل هذه المواقع على تقديم الخدمات المتنوعة لزوارها، ولا تكترث كثيراً بتقديم المعرفة والثقافة والمعلومات العامة، ويجري تصنيفها كالآتي:

أ- الشبكات الإجتماعية: تعتبر هذه الشبكات من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الإنترنت انتشاراً واستمراراً، لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو. ويقول عنها موقع ثورة الويب: "هي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولا زالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع. هي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه. كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع. أما أشهر تلك المواقع فهما: (فيس بوك و تويتر)".

ب- خدمات المشاركة: هي مواقع متخصصة بنشر ومشاركة ملفات معرفية وعلمية، سياسية واجتماعية، ثقافية ورياضية وغيرها، ومن هذه المواقع المتخصصة (اليوتوب)، الذي يقدم الأحداث بالصور مثل: (مقاطع الفيديو). وهي: "مواقع تتيح للآخرين نشر ملفاتهم ومشاركة العالم المعرفة الموجودة في تلك الملفات، هذه المواقع أما تكون متخصصة في نوع معين من الملفات مثل موقع (اليوتيوب) المتخصص في مشاركة مقاطع الفيديو أو (فليكر) المتخصص في مشاركة الصور، أو مواقع تتيح مشاركة الملفات بشكل عام فلا تشترط نوع محدد من الملفات، مثل موقع (Shared٤)".

ج- الخدمات البرمجية: تتميز هذه المواقع بتقديم خدمات خاصة ومهمة لمتصفحيها على الإنترنت، فهي تقدم لهم برامج تساعدهم في تأدية بعض المهام مثل: تحرير الصور وتعديلها، دون اللجوء إلى تنصيب أو تحميل برامج أخرى، تقوم بنفس الغرض على أجهزتهم الخاصة، وتغنيهم هذه المواقع أيضاً عن البرامج التي تدور حول المهام المعقدة، والتي تتطلب جهاز كومبيوتر ذات مواصفات متنوعة ومتطورة، إضافة إلى الجهد الكبير الذي يبذل في تنصيبها. "هي مواقع تغنيك عن استخدام بعض البرامج وتتيح لك تأدية بعض المهام التي عادة ما تؤديها داخل حاسوبك باستخدام أحد البرامج، فتقوم باستخدام البرنامج الموجود في الموقع لأداء المهمة من غير تحميل أو تنصيب أي برنامج على جهازك. من الأمثلة المشهورة لهذا النوع، المواقع التي تقدم خدمات تحرير الصور وتعديلها، وهنالك العديد من المواقع الخدمية من هذا النوع لكن أغلبها تدور حول المهام غير المعقدة والتي لا تتطلب جهوداً حاسوبياً كبيراً لتنفيذها".

د- الخدمات السريعة: تتميز هذه المواقع بخدماتها البسيطة، لكنها في نفس الوقت تقدم خدمة ضرورية تتمثل في: (تقصير عنوانات الصفحات الطويلة وجعلها قصيرة، يسهل إرسالها عبر

موقع تويتر)، ولا بد من التوضيح هنا، إن هذه الخدمة تتعلق بالمواقع الإلكترونية والشبكات الإجتماعية على وجه الخصوص. "وهي مواقع تؤدي مهام بسيطة لكنها مطلوبة، عادة ما تكون هذه المهام متعلقة بمواقع الكترونية أو بشبكات إجتماعية أخرى. ويتميز هذا النوع عن السابق أن المهام تكون عادة بسيطة وسريعة وفي نفس الوقت مطلوبة بكثرة بين مستخدمي الانترنت. من أمثلة هذا النوع مواقع خدمة تقصير الروابط (تقصير عنوانات الصفحات الطويلة وجعلها قصيرة يسهل إرسالها عبر موقع تويتر) أو مواقع تقدم خدمات لأصحاب المواقع الأخرى، وغيرها من المواقع".

و"من خلال نظرة واقعية يتبين أن البعض من المواقع الإلكترونية فشلت في تأدية الغرض المطلوب منها والذي تأسست من أجله، ولم تستطع تقديم أية مواد أو مواضيع أو غيرها، يمكن أن تكون ذات فائدة كبيرة لزوارها، بل العكس صحيح فإنها أضرت بمستخدميها، حيث أخذت تتجه لأمور ذاتية دعائية وتطرح أفكاراً وآراء أقل ما يقال عنها بسيطة ومتخلفة ومواضيع ليست ذات فائدة تذكر.
وبالمقابل فقد نجحت الكثير من المواقع الإلكترونية في إرساء أعمدة الصحافة الإلكترونية، وحققت لزائريها صحافتهم الخاصة وفق مفهوم (صحافة المواطن)، وازداد انتشار مواقع المدونات الإلكترونية بشكل لافت للنظر، في الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوربية وبعض مناطق العالم الأخرى، وشمل معظم الدول العربية أيضاً، منذ بداية العقد الماضي وخصوصاً تلك المدونات الشخصية، أو تلك التي يشترك فيها مجموعة من الناس لهم هموم وأهداف ومصالح مشتركة".

ثانياً: المدونات الإلكترونية:

انتشرت المدونات الإلكترونية بشكل ملحوظ وملفت للنظر على شبكة الإنترنت، وأتخذ التدوين الإلكتروني خطاً مميزاً له بين المواقع الإلكترونية، ويقول الدكتور هشام عطية عبد المقصود: "وفي هذا السياق يرى الباحثون أن المدونات أعادت تنشيط المجال السياسي ودعم مشاركة المواطنين، نتيجة كونها تنمو بمعدلات مؤثرة وتتيح قدرات تفاعلية عبر الروابط والنصوص الفائقة والإحالات لمختلف المصادر.

كما وجد الباحثون أن المدونات السياسية ترتبط ببعضها بصورة مكثفة، تعيد دمج مجموعات منفصلة متنوعة التوجهات في سياق أوسع مما يجعل منها مجالاً عاماً، ولذلك (فهي من خلال مواصفات هيكلية في بنيتها تكون مجالاً عاماً مثالياً من حيث سهولة التصميم وانتشار برامجها، ومن محدودية التكلفة وسهولة التشغيل وتضمين التعليقات والروابط وملفات الصوت والفيديو والنصوص وكل ذلك يتم في دقائق معدودة كما أنها تمنح فرصاً متساوية في التواجد والمشاركة وتتسع لتشمل الجميع)".

ويرى الدكتور مصطفى عباس صادق إن صحافة المدونات الإلكترونية هي صحافة الإنترنت، وبالحديث عن التدوين العربي يرى أن المدونات العربية هي صحافة المواطن العادي ويقول: "تمر صحافة الإنترنت مع التطور التكنولوجي الذي بات يعرفه عالم الإنترنت، بالإضافة إلى التطور الملحوظ أيضا في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بالمرحلة أو الموجة الثالثة التي نعيشها الآن، تلك التي تتميز أساساً باستعمالها للوسائط المتعددة الاتصال (Multi Media).

كما تتميز صحافة الإنترنت التي تشتهر تحت اسم المدونات، أنها من تحرير مواطنين عاديين بالدرجة الأولى، ثم من طرف صحافيين يحاولون استغلال فضاء الحرية المطلق للتعبير عن آرائهم التي تواجه في الغالب بمقص الرقيب في الدول العربية، الأمر الذي أدى بالعديد من

التجارب الصحافية في الإنترنت لأن تصبح صحافة المواطن. هذه الصحافة التي اعتبرها البعض بأنها: (نشاط للمواطنين يلعبون خلاله دوراً حياً في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وبأن هذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية".

في ضوء ما تقدم يتضح أن صحافة الإنترنت أو صحافة المواطن المتمثلة بالمدونات، هي الصحافة التي ستخلف الصحافة الورقية صاحبة الجلالة، وهي الصحافة الجديدة الوافدة، كما يراها ياسر بكر في كتابه الإعلام البديل، بالقول: "تشير الدلائل كلها وأغلب الدراسات المتخصصة، إلى أن الصحافة الورقية في طريقها لتحتل مكانها في متحف التاريخ، شأن كل الأشياء الجميلة التي أسعدت البشرية، وبانتهاء دورها انسحبت في جلال لتمنح الفرصة، لوافد جديد قادر على العطاء وإسعاد الإنسان".

وتورد موسوعة ويكيبيديا رأياً حول المدونات الإلكترونية (Weblog) أو (Blog) بأنها: "منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة زمنياً بشكل معكوس".

وتختلف هذه المدونات من حيث الإمكانيات والإطارات الفنية وهي:

أ- أنواع المدونات الإلكترونية:

١- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الروابط التشعبية: (Link Blogs)، هذا النوع من المدونات الإلكترونية التي تم نشرها لأول مرة على شبكة الإنترنت والتي تسمى (Webblog)، تحتوي على العديد من الروابط، التي يوصي بزيارتها صاحب المدونة.

٢- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية: (Online Biary Blogs)، تعتبر هذه المدونات كدفتر ملاحظات، يسجل فيها مالكها ما يدور حوله وبخلده في ذلك اليوم، وهي عادة لا تحتوي على روابط، لمواقع أخرى.

٣- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المقالات: (Article Blogs)، وهي بمجموعها عبارة عن تعليقات واستعراض للأخبار والحوادث والتقارير، وتبتعد لحد الآن عن كتابة الملاحظات الخاصة، والأحداث التي تقتصر على مالك هذه المدونة.

٤- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الصور: (Photo Blogs)، تتخصص هذه المدونات بنوع محدد، وهو عرض الصور، التي يرى أصحابها بأنها ذات فائدة، ومهمة لزوار الموقع مثل صورة اليوم.

٥- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي: (Podcast Blogs)، هذه المدونات هي بمثابة موقع بث إذاعي، يقدم مقاطع من برامج إذاعية قصيرة، يرى صاحب المدونة بأنها مفيدة للمستمع، أو يرغب بأن يستمع إليها عدد كبير من الزوار، فيقوم بتسجيلها ووضعها على المدونة، وهي عبارة عن ملفات صوتية بصيغة (mp3).

٦- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث مرئي: (Videocast Blogs)، تعتبر هذه المدونات من أحدث ما توصلت إليه التدوينات الإلكترونية، فهي مماثلة إلى حد ما البث الإذاعي (Podcasts)، لكن الاختلاف فيها أنها تكون على شكل فيديو فيلم.

٧- المدونات الإلكترونية المنوعة: تضم هذه المدونات كافة أنواع التدوين السالفة الذكر، ويأتي تنوعها من إسمها.
٨- المدونات الإلكترونية الجماعية: كل المدونات السابقة يقوم شخص واحد بكتابة إحداها وتنسب إليه، ما عدا هذه المدونات، التي يتولى إعدادها والكتابة فيها مجموعة من الأشخاص، وإذا كانت المدونات الشخصية للمتعة فقط، فإن المدونات التحريرية يقوم بكتابتها وتحريرها محررون أكفاء، ومن الجدير بالذكر هنا أن العديد من الشركات والمنظمات والمدارس، تمتلك مدوناتها الخاصة بها لتكون على تواصل مستمر مع زوارها، وإطلاعهم على الجديد لديها من الأخبار والأحداث والأمور المتعلقة بها.
ب- كتابة المدونة إلكترونية: أصبح التدوين الإلكتروني بفضل التقنية الحديثة من الأمور السهلة المتاحة، وقد انتشر مصطلح استخدام التدوين الإلكتروني بين عموم الناس، ويتمثل التدوين الإلكتروني بطرق عديدة لإيصال الفكرة الخاصة لصاحب المدونة.
١- خدمات التدوين الإلكتروني: حتى يتمكن المرء من إنشاء مدونة إلكترونية خاصة، عليه أن ينشأ حساب على أحد الموقع، ثم يمكنه التدوين مباشرة، وتعتبر خدمة (Blogger) من أهم خدمات التدوين، ويعرفها معهد ستايل بالقول: "تتميز خدمات التدوين بإمكانية استخدامها من أي مكان يمكنك الوصول منه إلى شبكة الإنترنت. حتى أن بعض الخدمات تمنحك إمكانية التدوين عن طريق إرسال رسائل عبر الهاتف المحمول. ويكمن الجانب السلبي لخدمات التدوين في أنك لا تمتلك القيود على حاسوبك الخاص بك إلا إذا قمت بنسخها بشكل منفصل عليه. حيث يعني ذلك أنه في حال كانت قيودك فقط على الخادم الخاص بمزود خدمة التدوين وتم فقدانها من هناك لسبب ما فإنك ستفقد قيودك إلى الأبد، لأنك لا تمتلك نسخة احتياطية منها على حاسوبك الشخصي".
٢- برامج التدوين الإلكتروني: تنقسم هذه البرامج إلى ثلاثة أنواع: النوع الأول: يمكن تشغيله من سطح المكتب، وذلك بإنشاء مدونة كاملة ومن ثم نسخها ووضعها على خدمة الويب الخاصة بك، ويتميز هذا النوع بسهولة التحكم بالمدونة وإرسالها لمن تريد. النوع الثاني: يكون مثبت على جهازك الخاص، ويتطلب منك فقط الدخول إلى خدمة التدوين الإلكتروني، وتمنح هذه الخاصية خيارات عديدة للتحكم في المدونة، عند التعامل مع خدمة التدوين. النوع الثالث: هو كتابة ونشر المدونة على نفس الموقع، الذي أنشأت عليه موقعك.
ج- إقبال القراء على المدونة: من الضروري تسجيل المدونة على محرك البحث، حتى يتمكن الزائرون من الوصول إليها، كذلك باستطاعة المرء وضع مدونته في دليل المدونات الإلكترونية مثل موقع (Catalg Blog).
د- التفكير قبل التدوين: قبل أن يبدأ المرء بنشر مدونته، عليه أن يضع في حسابه أمرين مهمين: أولهما: إذا كانت المدونة عامة ومتاح للجميع قراءتها، وقد يكون منهم أفراد عائلته وأقاربه وجيرانه، فعليه أن يتخذ الحيطة والحذر بما يكتب وينشر. ثانيهما: إنه لن يتمكن من إزالة المادة الأصلية من شبكة الإنترنت، حتى لو قام بإزالتها من موقعه الإلكتروني، ومن الضروري التفكير بإمعان وبجدية ودقة، في كل مادة يكتبها في المدونة، وكل تعليق على شبكة الإنترنت.
ويخلص الباحث إلى القول: إن ظاهرة المدونات أصبحت من المسلمات البديهية في عالم الإنترنت، ووسائل الإعلام الإلكترونية والاجتماعية الجديدة، وهي تجسيداً لمصطلح (صحافة المواطن) التي هي إحدى ثمرات الإعلام الجديد، وإن هذه المدونات عادة ما يصدرها أشخاص بمفردهم أو مجموعة من الناس متعاونين فيما بينهم، ويهدفون من خلالها نشر أفكار أو آراء سياسة وثقافية واجتماعية وغيرها، أو حتى جعلها فسحة للترفيه وقهر الزمن، يقصدون من ورائها خلق أعوان ومؤيدين لهم وأصدقاء في عالم افتراضي.

وأصبحت هذه المدونات تنتشر على مواقع الويب بشكل كبير لسهولة تصميمها وقلة تكلفتها، حيث تقدم مواقع مثل: (مدونات غوغل "Google Blogs") خدمة مجانية للتدوين، إضافة إلى برامج مهمة ومجانية تساعد في إنشاء هذه المدونات، التي لا تحتاج إلى مهارات كثيرة في التصميم والبرمجة، وهي بالتالي مبسطة ومن السهولة الوصول إليها.

ثالثاً: البوابات الإلكترونية:

البوابة (Portal): هي نقطة البداية بمفهوم ولغة الإنترنت للوصول إلى المواقع إلكترونية الأخرى، وهي أيضاً المخزون الذي ينهل منه المتصفح ما يحتاج إليه من خدمات أو معلومات، وتتعدد على هذا الأساس أنواع البوابات فمنها: الأفقية والعمودية والمؤسساتية. ولقد ساعدت البوابات على تسهيل الاتصال بين الباحثين الأكاديميين والمشرفين عليهم، حيث مكنت الطرفين من التواصل المستمر والوثيق كل في مكانه، دون الحاجة إلى التنقل أو اللقاء المباشر. وتقدم البوابات خدمات عديدة وواسعة تعتمد بالأساس على التعليم والتثقيف وتسهيل عمليات البحث وفق أحدث المنجزات العلمية.

كما يقول الدكتور عبد الرحمن فراج في البوابات الإلكترونية وعن (دورها في الإفادة من المعلومات المتاحة على الإنترنت): "وقد أصبحت أهمية البوابات أكثر ضرورة أيضاً في مجال التعليم والتعليم العالي حيث التواصل بين المشرفين الأكاديميين والدارسين ليس متاحاً وجهاً لوجه في كل الظروف لذلك فمن الممكن للدارس أن يحصل على المادة العلمية ويطلع على سجلاته الأكاديمية وهو في بيته بالإضافة إلى فوائد أخرى".

فالبوابة هي المدخل الأساسي للتواصل مع المواقع الإلكترونية الأخرى، كما أنها تعني أيضاً الباب الذي بالإمكان الدخول منه إلى عالم الإنترنت وثورة المعلومات والفعاليات الأخرى، وهي أيضاً المخزون الذي ينهل منه المتصفح ما يحتاج إليه من خدمات أو معلومات، وترافق البوابات عملية تنظيم دقيقة لتسهيل الوصول إلى أهم المواضيع التي تهم متصفحي الإنترنت، وتعتمد البوابات في استمرار وجودها على الإعلانات التي تنشرها على صفحاتها، والبوابة كلمة مأخوذة من الإنكليزية (Portal) بمعنى المدخل أو الباب، وفي لغة الإنترنت فأنها تعني الموقع الإلكتروني المليء بالمعلومات والأخبار المتعلقة بقضية محددة أو تخص شخصاً بحد ذاته، وللوصول إلى البوابة من الضروري قيام الشخص بالتسجيل فيها، باعتباره سيكون من ضمن مستخدمي موقعها".

أنواع البوابات:

١ ـ التعريف:

البوابة الإلكترونية هي عبارة عن موقع يتكون من مجموعة من الصفحات ويقدم مجموعة من الخدمات ويساعد على الوصول السريع للمعلومات التي تقدمها الإنترنت من مصادر متنوعة. وتعتمد البوابة الالكترونية اعتماداً أساسياً في تصميمها على صفحات الويب، وتقدم إلى مستخدمي الإنترنت مجموعة من الخدمات منها: (البريد الإلكتروني، الأخبار، المدونات، والبحث عن المعلومات)، والبوابات الإلكترونية عموماً هي بوابات عامة وبوابات خاصة، وإن الغرض الأساسي من استخدام البوابات، هو توفير مصادر متعددة للمعلومات لكي يستخدمها عدد كبير من المستخدمين لشبكة المعلومات بشكل فعال.

وبتعريف بسيط للبوابات الإلكترونية، فهي مواقع تحتوي على خدمات للزوار وتكون المركز الأول للزائر في تصفحه للإنترنت فهي تحتوي على: "مذكرة مواعيد، بريد إلكتروني،

أخبار على مدى الساعة، قائمة بأفضل المواقع، إمكانية البحث، وغيرها من الخدمات"، ومن أهم وأشهر البوابات الإلكترونية هي: (Yahoo و MSN).

ويعرف مجتمع المكتبيين البوابات بأنها: "خدمة تسمح للمستفيدين بالوصول إلى المحتويات الثرية للمكتبات سواء في صورتها المطبوعة أو الإلكترونية وفيما يتصل بالإنترنت"، وقد تبنت الشركات الكبرى التي تمتلك محركات البحث في الإنترنت هذا المفهوم. وتعتبر البوابة قاعدة بيانات، أكثر مما هي مدخلاً للإنترنت، وقد تحتوي على معلومات أخرى ما بعد البيانات (Detailed Metadata Records)، تصف المصادر من خلال إمكانية الرابطة الفائقة (Links)، مما تتيح للباحث إمكانية الخيار بين تصفح المصادر بعنوانات الموضوعات، والبحث بالكلمات الدالة في قاعدة البيانات. وتقدم البوابات خدمات إضافية مثل: (البريد الإلكتروني، المواد الإخبارية، أحوال الطقس ودرجات الحرارة، يضاف إلى ذلك الإعلانات الكبيرة، التي تحتل مساحة واسعة في صدر البوابات الرئيسية.

٢- الأنواع: تنقسم البوابات إلى ثلاث أنواع رئيسية هي:

أ- البوابات الأفقية (Horizontal Portals): تعد هذه البوابات من أكبر وأوسع الأنواع الأخرى، لأنها تقدم خدماتها لكل متصفحي شبكة الإنترنت، وتتخطى الحدود الجغرافية والموضوعية، وليست محددة لمجموعة من معينة من المستفيدين، وتوفر البوابات الأفقية الإمكانيات التالية: البحث في (الويب)، البحث في المواد الإخبارية، البحث في الأدوات المرجعية، وإمكانية التسوق الإلكتروني (Online Shopping)، بالإضافة إلى إمكانات الاتصال مثل البريد الإلكتروني والمحادثة أو الدردشة (Chat).

ومن هذه البوابات مثل: ياهو (Yahoo)، وألتا فيستا (AltaVista)، وأمريكا أون لاين (AOL). "وهي البوابات التي تقدم مدى واسعاً من الخدمات والمحتويات لمدى واسعٍ من المستفيدين، وليس لمجموعة معينة أو محددة من المستفيدين سواء على المستوى الجغرافي أو الموضوعي أو حتى على مستوى النشاط (Industry). ولذلك فإنها توصف بأنها أفقية أو عامة في مداها ونطاقها".

ب- البوابات الرأسية (Vertical Portals or Vortals): هذه البوابات هي بوابات متخصصة تقدم خدماتها في نشاط معين لمجموعة متخصصة ومحددة، وتوفر روابط ذات صلة، ومواقع متخصصة في النشاط ذاته، بغض النظر عما إذا كانت تلك المواقع منافسة لها أم لا، ومن خدماتها: التجارة الإلكترونية للمنتجات، والخدمات ذات الصلة، وإمكانات التجمع والتعاون، ومن أشهر هذا النوع من البوابات هي: "البوابات المتخصصة في العلوم الإجتماعية (Social Science Information Gateway"SOSIG")، والبوابات المتخصصة في الشؤون التربوية (Edu Resources Portal)، والبوابات المتخصصة في مجال الهندسة (Engineering Resources)".

وتتفرع من البوابات الرأسية بوابات أخرى تخدم شرائح محددة من الناس مثل: البوابات العمودية التي توجه خدماتها للمزارعين والمستثمرين وأصحاب المهن الأخرى، ومن هذه البوابات تتفرع أيضاً بوابات مؤسسية تقدم خدماتها ومعلوماتها للشركات، ومن هذه الخدمات:

توقعات البيع والأرباح، ومعلومات عن الزبائن، والميزانية والتسعيرة والأخبار من مختلف المصادر الداخلية والخارجية التي تهم أصحاب الشركات.

ج البوابات القطاعية (Industry Portal): ويطلق أحياناً عليها أسم (بوابات الأعمال التي تقدم خدماتها في مجال الأعمال (Business–to–business– B2B)، وهي تماثل وتشابه بوابات معلومات العمل (EIP)، ومحور التناقض والاختلاف بينهما هو أن بوابات الأعمال تقوم بعملية تذليل الكثير من العراقيل التي تدور حول اجتماع الباعة والزبائن لإبرام الاتفاقات عبر الويب في مختلف أرجاء المعمورة).

استخدام البوابات:

يستخدم الباحث البوابات لكونها أفضل المواقع التي توفر له المعلومات، وتوفر له كذلك إمكانية تصفح العديد من المواقع المتخصصة الموثوقة والمعتمدة، مما يتيح له الوصول إلى أجود المواقع وأفضلها، ويزداد زوار البوابات عادة عندما تقدم المعلومات والخدمات مثل: الإعلان عن الوظائف الشاغرة، والتجمعات المهنية، والوصول إلى قنوات الاتصال المتوفرة.

خصائص البوابات الموضوعية أو المتخصصة: يمكن تلخيص ميزات البوابات الموضوعية أو الرأسية المتخصصة بالآتي: تهتم في موضوع محدد، تغطي بشكل موضوعي المواد التي تنشرها، تعتمد في كتابة موضوعاتها على خبراء أكاديميين وأخصائي معلومات ومكتبات، توجه مواضيعها للباحثين والدارسين، وتستند مواضيعها إلى مصادرها، وتحتوي الكثير من البوابات على حقول للاستفسار، إضافة إلى سعيها لتنظيم وترتيب وتبويب مواضيعها بغية أن تستأثر بالمتصفح من خلال ما تقدمه له من خدمات متكاملة.

بوابات المكتبات وعناصرها: بداية المكتبة: هي مصطلح أخذت أسمها من المكتبيين الذين يقومون بتطوير تقنيات الإنترنت وخدماتها، وهم أول من يستفيد من هذه الخدمات، ويعرف موقع نجاح العلي الإلكتروني البوابة المكتبية بالقول: "هي إحدى البرمجيات التي تسمح بتعديل وتوليف الوصول الإلكتروني للمستفيد بمجموعة محددة من مصادر المعلومات، عن طريق إنشاء قائمة بوصلات الإنترنت. وهي بذلك تشبه تماماً الدليل الشخصي الذي يشتمل على عناوين الزملاء والأصدقاء وأرقام الهاتف والفاكس الخاص بهم. والهدف من ذلك هو التخفيف من أثر تفجر وزخم المعلومات وذلك بالسماح للمستفيد بانتقاء المصادر التي يرغب فقط في استعراضها على الواجهة الشخصية له (Personal Interface)".

إن بوابات المكتبات (Library Portals) هي بوابات لخدمة المكتبيين والمتخصصين في المعلومات وفي البحث وغيرها، وتقدم خدماتها في المجالات التالية ضمن إطار تخصصها: (المصادر المهنية، المؤسسات، مواقع المكتبات، المطبوعات، الإشعارات، قنوات الاتصال، إعلانات عن الوظائف، والسوق التجارية).

فوائد البوابات:

تقوم البوابات بتجميع المعلومات والمواضيع والأخبار الهامة، التي تخص متصفحيها من مصادر عديدة في شبكة الإنترنت وتقدمها في موقع واحد، لتسهل على المستخدمين عناء البحث وهدر الوقت، مما يشجع المتصفحين على الزيارات الدائمة لهذه البوابات، ومن ضمن الخدمات التي تقدمها البوابات هي:

توثيق وتوطيد العلاقة بينها وبين زوارها، تقديم معلومات منظمة ومرتبة ومبوبة وغنية لمتصفحيها، تقدم مجموعة متكاملة لزوارها من الأدوات والمعلومات في وقت قياسي، كما تتميز بسهولة الاستخدام مما لا يتطلب من الزائر الخبرة أو المعرفة التامة ببرامج التصفح وأدوات الإنترنت. وتمتاز البوابات بتقديم الكثير من الخدمات إضافة لما تقدم ويمكن تلخيصها كالآتي: البريد الإلكتروني، الحوار المباشر، لوحات الرسائل، التغطية الكاملة للأخبار، أحوال الطقس ودراجات الحرارة، أسعار الأسهم والعملات، الرياضة والأبراج، خرائط مختلف البلدان، التسوق والتسويق الإلكتروني، وصفحات شخصية مجانية.

بوابات شبكة الإنترنت ماهيتها أنواعها وفئاتها: تعريفات البوابات كثيرة ومختلفة، إلا أن المتخصصين يعرفونها بخلفيات علمية وبحثية يمكن الارتكاز إليها، ومن هذه التعريفات ما قاله: (رومان باريسو) في كتابه بعنوان (بوابة الإنترنت) بأنها "تجميع للمعلومات والخدمات، حيث أنها تسمح بتجميع وإتاحة المعلومات على السواء مثل (الحقائق، طلبات المستفيدين، العروض المقدمة للمستفيدين...الخ) كما أنها تتيح أيضا خدمات متنوعة من خلال نقطة إتاحة".

واستناداً إلى هذا التعريف، فإن للبوابة مهمتين أساسيتين هما: تقديم المعلومات وتقديم الخدمات للمستفيدين، ويؤكد هذا القول (جان لويس بينارد)، في تعريفه للبوابة بأنها: "نقطة إتاحة فريدة " للمعلومات بصرف النظر عن أشكالها وأماكنها، وفي هذا السياق فأن (بنيامين فاراجى) يعرف البوابة بأنها: "بوابة موقع هي التي تقدم الكثير من المعلومات وعدد كبير جداً من الروابط نحو عنوانات مواقع الإنترنت أو صفحات المواقع ذات الصلة. كما أن بعض البوابات يمكن أن تخصص في موضوع بذاته. على أية حال فإن البوابات تقدم مساعدة ملموسة إلى مستخدمي الإنترنت المبتدئين".

بالاستطاعة القول بأن تعريف (بنيامين فاراجى) يؤكد ما توصل إليه (رومان باريسو)، الذي أعتبر البوابة نقطة إتاحة للموقع (Web Site)، وأنها تقدم للزائرين معلومات تهمهم، إضافة إلى الروابط التي تسهم في إثراء المعلومات في الموقع، وكذلك المواقع الأخرى، ومن خلال هذا التعريف يتضح بأن البوابات تختلف في أنماطها، ولكن أكثر تلك البوابات رواجاً هي البوابات المتخصصة.

ومن جانبه يعرف (جاكوب نيلسن) البوابة بأنها: "الواجهة أو الفاترينة (Vitrine)للموقع، ويجب أن تكون البوابة مختلفة عن بقية صفحات الموقع. فمن الطبيعي أن يكون شكل البوابة هو نفس شكل بقية صفحات الموقع الداخلية الأخرى ولكن مع بعض الفروق الطفيفة". .

إن هذا القول يركز على الجانب الشكلي للبوابة، ويعتبره كالواجهة التي تعرض منتجاً معيناً، بشكل يجذب الزوار ويدفعهم للشراء، وعلى هذا الأساس فأن البوابة من الضروري أن تكون جذابة ومشوقة وتلفت أنظار المتصفحين والزوار.

استناداً إلى التعريفات التي وردت، يمكن القول: إن البوابة هي واجهة الموقع، والصفحة الرئيسية، ونقطة المرور للصفحات الأخرى، والحصول على المعلومات والخدمات المتوفرة، بصرف النظر عن كون البوابة: (عامة، متخصصة، فئوية، مؤسسة...الخ)، لكن من الضروري أن يؤخذ بنظر الاعتبار الانطباع الأول للزائر، وذلك من خلال تصميم وشكل البوابة كي يعتاد الزائر عليها ويعاود زيارتها.

أنواع البوابات: هناك عدة أنواع للبوابات تعتمد على الهدف منها ونوعية استخدامها والزائرين لها، ومن هذه الأنواع:

١- البوابات العامة: يعرف (رومان باريسو) البوابة العامة بأنها "هي البوابة الموجهة إلى الجمهور العام، كما تساعد مستخدمي الإنترنت في البحث على شبكة الشبكات، وذلك بفضل كل

من الدليل و / أو محرك، وباعتبارها بوابة عامة فهي بالتأكيد ليست موجهة إلى جمهور محدد، ويمكن لمستخدمي الإنترنت زيارتها من الجنسين ومن مختلف الفئات العمرية، إضافة إلى الطلبة والباحثين وغيرهم. هناك نموذجان للبحث هما محرك البحث والدليل، ويعتبر محرك البحث محركاً آلياً للبحث، مستخدماً اللغة الطبيعية بدلاً من اللغة المقيدة مثل محرك البحث (Google). أما الدليل فهو عبارة عن فهرست لعدة مواقع، يجري تنظيمها وترتيبها هرمياً للمواضيع التي تحتويها بدءاً من العام إلى الخاص. ومن البوابات العام التي لديها أدلة هي بوابة ياهو (Yahoo)".

وتنقسم البوابات العامة إلى ثلاثة أقسام: أولاً: بوابات عامة مثل بوابة ياهو (Yahoo). ثانياً: بوابات عامة وضيفتها تقديم خدمة البحث مثل غوغل (Google). ثالثاً: بوابات عامة هدفها الأساسي هو تقديم خدمة الإنترنت مثل (Aol).

٢- **البوابات المتخصصة الفئوية:** يعرف (رومان باريسو) البوابات المتخصصة الفئوية بأنها: "بوابة تمتلك نفس خصائص البوابة العامة، إلا أنها تركز على موضوع بذاته ويمكن أن نميز بين ثلاثة فئات مختلفة من البوابات المتخصصة / الفئوية. البوابات المتخصصة وهى موجهة إلى الجمهور العام. البوابات المتخصصة / الفئوية وهى تنصب على موضوع معين وفئة معينة من الأفراد. البوابات الفئوية وهى موجهة لفئة معينة من الأفراد وفقا لحالتهم الشخصية".

ما هي الفوارق بين البوابات الثلاث؟ وللإجابة على هذا السؤال ولتوضيح ذلك يرى الباحث: أن البوابة المتخصصة: هي بوابة للجمهور العام على شبكة الإنترنت، وتتميز هذه البوابة بأنها تركز على موضوع واحد يهم الجمهور وذات خصوصية متفردة، مثال على ذلك: البوابة الفنية والبوابة العلمية وغيرها.

أما البوابة الفئوية: فهي موجهة إلى فئات معينة من الأفراد ضمن إطار معين ومن هذا أخذت أسمها، مثال على ذلك: البوابة الموجهة وفق معايير شخصية (طلبة المدارس والمعاهد والجامعات)، أو تلك التي تتعلق بمعايير مهنية، مثل: متخصص في تكنولوجيا المعلومات، وخبير إعلامي وغير ذلك، وكذلك ما يتعلق بمعايير أخرى كالنشاطات الثقافية والفئات العمرية والاختلاط بين الجنسين.

بالإضافة إلى تعريف (رومان باريسو)، الذي حدد فيه عدد البوابات بثلاث، إلا أنه من الممكن إضافة بوابة رابعة وهي البوابة الفئوية، وعند تناولها جميعاً بالشرح فهي كالآتي:

١- البوابة المتخصصة للجمهور العام: هذه البوابة تختص بموضوع محدد، وتقدم المعلومات والخدمات لكافة الفئات من الجمهور العام، ومنها أيضاً: البوابات التجارية التي تهم قطاعات واسعة من الناس، وتتمثل في التجارة الإلكترونية، وتستفيد البوابات بشكل عام من المردودات المادية للإعلانات، مما يساعدها على الاستمرار وعلى تقديم خدماتها للجمهور.

٢- البوابة المتخصصة الفئوية: تركز هذه البوابة على موضوع محدد بذاته، كما هي البوابة المتخصصة العامة، إلا أنها تختلف عنها بتقديم خدماتها إلى فئة محددة من الأفراد، وأيضاً تدخل هذه البوابة على خط التجارة الإلكترونية، وتكون متخصصة مثلاً في عرض وبيع أدوات صيد أو أجهزة طباعة ومواد فنية وغير ذلك، وتستفيد من الإعلانات التي تنشر على صفحاتها من الناحية المادية.

٣- البوابات الفئوية المتخصصة: هي بوابات تهتم بشكل خاص بفئة محددة من الجمهور، كالطلاب والهيئات التدريسية والباحثين، وتقدم لهم مواضيع تهمهم بالدرجة الأولى، وقد لا تعني الكثير لغير هذه الفئة، وتختلف هذه البوابة عن البوابات الأخرى كونها غير ربحية، بمعنى أنها لا

تعتمد على المردود المادي من الإعلانات، لأنها لا تنشر الإعلانات التجارية على صفحاتها، بل تقدم خدماتها البحثية والعلمية وما إلى ذلك، مثل موسوعة ويكيبيديا العالمية الحرة.
٤- البوابة الفئوية: هذه البوابة موجهة إلى فئات محددة من الناس، ومرتبطة باهتمامات خاصة لبعض الأفراد منها الفئات الدينية والمجاميع الشبابية بمختلف الفئات العمرية مثال ذلك: الأقليات الدينية كالأيزيدية والمندائية التي تعيش ضمن منطقة جغرافية، ومن هذه البوابات أيضاً تلك التي تخص مجموعات من الشباب من الجنسين بمختلف فئاتهم العمرية، ومثال على ذلك: الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (١٣ - ١٨) سنة وهكذا، وتتيح هذه البوابة إمكانية المناقشات حول المواضيع التي تطرح على صفحاتها وتبادل الآراء حولها.
ونخلص إلى القول في ضوء ما تقدم إن البوابات المتخصصة الفئوية لا تختلف عن خصائص البوابات العامة، عدا كونها تركز على موضوع معين في إطار تخصصي محدد، وأن البوابات الفئوية تهتم بنوع آخر من الجمهور من أصحاب الديانات المختلفة، أو تهتم بالفئات العمري المحددة من الشباب، كما جرى إضافة بوابة رابعة تركز اهتمامها فقط، على الطلبة والهيئات التدريسية والباحثين والمكتبات الجامعية.

رابعاً: مواقع المحادثة (الدردشة):

تزداد يوماً بعد آخر مواقع المحادثة (الدردشة) على شبكة الإنترنت، وتزداد كذلك أعداد المهتمين بهذا النوع من التواصل مع الآخرين، وقد انتشرت على الشبكة منتديات التعارف بشكل كبير، وهي بحد ذاتها مواقع تسلية وبناء صداقات، لا تخلو من الخلافات الحادة أحياناً، عندما تختلف الآراء حول موضوع ما أو قضية بعينها، ونادراً ما تكون هذه المواقع ملتزمة بآداب المحادثة والحوار. لكن لا يعني ذلك أن ليس هناك مواقع رصينة وجادة في طرحها لأمور تهم زوار الموقع، وتتناول الكثير من القضايا العقدية التي تهم بعض المجتمعات والمناطق الجغرافية، مثل موضوعات العنف ضد المرأة، وعمالة الأطفال، وإشاعة الديمقراطية وغيرها من المواضيع الساخنة. وتثير مواقع المحادثة (الدردشة) دائماً الكثير من الشكوك حولها وتطرح العديد من التساؤلات، إلا أن مجمل ما قيل عنها يتلخص في رأيين فقط:

الرأي الأول: يعتبر مواقع المحادثة (الدردشة) بأنها نتاج للتطور التكنولوجي، الذي قرب المسافات بين البشر، وخلق من خلال هذه المواقع أنواعاً من التعارف وبناء الصداقات، وأدى إلى تطوير المعارف والمفاهيم الإجتماعية والإنسانية، وتنمية الثقافة العامة والارتقاء بالذائقة الأدبية والفنية، إضافة إلى التسلية والاستمتاع بوقت الفراغ. ويقول عنها الدكتور السيد بخيت هي: "التعريف بالوسائل الاتصالية الجديدة عبر الإنترنت من جلسات الدردشة والجماعات الإخبارية والقوائم البريدية وطرق نقل الملفات والمواد..الخ".

الرأي الثاني: يرى أنها مضيعة للوقت ونافذة للفساد، وطريق وعرة تحفها المخاطر وتكثر فيها المشاكل الإجتماعية والأخلاقية، يرتادها بعض ضعاف النفوس لاصطياد ضحاياهم من الشابات والشباب من المراهقين، وحرفهم عن جادة الصواب ليسلكوا طرقاً تؤدي بهم إلى الهاوية، تتمثل بالفساد الفكري والاجتماعي والأخلاقي، وفرط القيم والأواصر الأسرية والأعراف الإجتماعية. كالرأي القائل: "وقد تؤدي خطوط الدردشة (Internet Relay Chat "IRC" Lines) عبر الإنترنت (بصفة خاصة) إلى الإدمان، فبعض الدارسين الأمريكيين (معظمهم من الذكور) لا يستطيعون أن ينتزعوا أنفسهم بعيداً عن أجهزة الكمبيوتر حتى بعد مضي (١٢) ساعة متواصلة. والقليل منهم واصل الجلوس على الخط دون طعام أو حتى الذهاب إلى الحمام حتى لا يخاطر بفقدان بعض الدردشات والمناقشات الساخنة".

ما هي مواقع المحادثة (الدردشة)؟:

سؤال يطرح نفسه باستمرار، ويرى الباحث: "أن الكثير ممن يحاولون الإجابة على هذا السؤال: (ما هي مواقع المحادثة "الدردشة"؟)، ينظرون دائماً إلى النصف الفارغ من الكأس، قبل أن يتبين لهم أولاً ماهية هذه المواقع، وقبل الخوض في تفاصيل هذا المضمار لمعرفة ما يترتب من نتائج إيجابية أو سلبية على الدخول في هذه المواقع والمشاركة فيها. ويتطلب بداية التعرف على أهمها وهي: موقع ياهو (Yahoo)، موقع أم أس أن (MSN)، موقع ويندوز لايف (Windows Live)، موقع سكايب (Skype)، موقع بالتاك (Pal Talk) وغيرها، كلها نوافذ يستطيع المشترك فيها الحديث بالكتابة والصوت والصورة، وتبادل الملفات والصور أحياناً مع أصدقائه المسجلين على قائمته في هذه المواقع، ولا يقتصر في كل هذه المواقع الحديث من شخص لشخص فقط، وإنما بالإمكان أيضاً لمجموعة من الأصدقاء أن يشاركوا ويتحدثوا مع بعضهم البعض في آن واحد، من خلال فتح نافذة (كونفرنس)، ويستخدمها دائماً المشاركون على شكل مجاميع صغيرة".

كما أن: "موقع المحادثة (ألبالتك) يمتلك مزايا إضافية عما تمتلكه مواقع الدردشة الأخرى، يتمثل في دخول أعداد كبيرة من المشاركين إلى غرف الموقع، ويتبادلون الحديث والاستماع والكتابة والتعليق، وتستخدم الجامعات والمعاهد هذا النوع من مواقع المحادثة (ألبالتك)، حيث يقدم المحاضرون لطلابهم الدروس ويستمعون إلى مداخلاتهم ويجيبون على استفساراتهم، أي أن غرف المحادثة (الدردشة) هذه بمثابة قاعة دراسية إلكترونية، وتستخدمه الجامعات كذلك لتقديم البحوث ومناقشة الرسائل والأطروحات الأكاديمية، ناهيك عن الاجتماعات الدورية للهيئات التدريسية وغير ذلك، وتستخدم بعض منظمات المجتمع المدني والمنتديات الإعلامية والثقافية غرف المحادثة (الدردشة) في موقع (ألبالتك) أيضاً في نشاطاتها المتعددة، حيث تعقد الاجتماعات العامة وتقدم المحاضرات وتحيي الأماسي الشعرية والندوات الفنية والحوارات الثقافية الأخرى".

ويرى الدكتور السيد بخيت أن "حجرات الدردشة (Chatting Rooms) هي طريقة للحوار مع الآخرين بشكل إلكتروني فوري، وأن كانت توجد بعض الحجرات غير مناسبة للاستخدام داخل الفصول الدراسية".

وفي ضوء ما تقدم يمكن القول: "إن معرفة الإيجابيات والسلبيات الناتجة من هذه المواقع، تعتمد بالأساس على المشاركين فيها والقائمين عليها، فإذا كانت مجموعة من المشتركين تختار موضوعاً معيناً للحديث والنقاش، مهما كانت أبعاد هذا الموضوع سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، ورياضية، وما يطرح فيها من آراء تتعلق أساساً بأفكار وتوجهات ورؤى أصحابها، ليس للتكنولوجيا في هذا المجال من ذنب، فيما إذا تحولت تلك النقاشات إلى قضايا أخرى، تضر بمصلحة المجتمعات وتأثر بالدرجة الأساس على الشباب والمراهقين".

وقد لا يأتي الباحث بجديد إذا قال: "إن التكنولوجيا هي سلاح ذو حدين، يتحدد فعله بنوايا حامله والغرض من امتلاكه وطريقة استخدامه، ويختلف الباحث هنا مع من يحملون التكنولوجيا وزر ما ينتج عن هذه المحادثات أو الدردشات من أمور مضرة فعلاً بالمجتمع، وقد تكون تأثيراتها بليغة جداً ويصعب على الأسرة والمؤسسات التربوية والمعنيين بحماية المجتمع الحد من تأثيرها، هذا صحيح جداً، ولكن ما ذنب التكنولوجيا الحديثة في ذلك؟ ولماذا نحملها سوء استخدام مرتادي هذه المواقع، وما يقترفونه من جرائم بحق الأفراد والمجتمع"؟.

وخير مثال مبسط يذكر في هذا الصدد هو الأداة الحادة أو القاطعة أو السكين، حيث لا يمكن أن يخلو أي مطبخ في أي بيت من هذه الأدوات، واستخداماتها محصورة عادة في الطهي وتحضير الطعام، ومن الممكن أيضاً أن تستخدم هذه الآلات القاطعة في إشاعة العنف المنزلي

وارتكاب الجرائم أحياناً داخل أو خارج المنزل، والسؤال البديهي هنا: من يتحمل وزر هذه الأفعال؟ والجواب معروف وبديهي جداً في هذه المسألة، وكذا هو الحال فيما يتعلق بالتكنولوجيا، فلا ذنب لها عما ينتج عن سوء استخدامها من جرائم.

هذه أهم مواقع المحادثة أو الدردشة التي يمكن أن يصل إليها المشترك من خلال أحد المواقع الرئيسية من البوابات الإلكترونية، إلا أنه توجد هناك مواقع أخرى ظهرت منذ سنوات قليلة، وهي مواقع التواصل الإجتماعي على شبكة الإنترنت، مثل (الفيس بوك) وغيرها من شبكات التواصل الأخرى، والتي سيتناولها الباحث بالتفصيل في المبحث الثاني من هذا الفصل، إلا أنه من الضروري هنا التطرق إلى بعض الجوانب المتداخلة منها، مع مواقع المحادثة (الدردشة) في البوابات الإلكترونية.

وقد استعرضت الباحثة (هاجر أسود) آراء بعض المهتمين والمتخصصين في علم الإجتماع وعلم النفس وأساتذة الجامعات في العراق، في بحث مركز حول أهمية مواقع المحادثة (الدردشة) على شبكة الإنترنت، والعلاقات التي تنشأ من خلالها وما إذا كانت هذه المواقع مضيعة للوقت أو ذات فائدة بعنوان: (مواقع الدردشة والفيس بوك تأكل وقتهم..علاقات الشباب الإنترنيتية.. ثمة من هو واهم)، ومن هذه الآراء:

تعرف الدكتورة (سوسن حامد) أستاذ علم النفس بهذا الصدد: "إن هذا الشكل للاتصال يعد من معطيات العصر وتبادل العلاقات بين الشباب والتعارف في عالم افتراضي، هو شكل حديث من أشكال التطور الذي يفرض نفسه، وقد يعود إدمان الشباب من كلا الجنسين على غرف الشات والمنتديات بسبب الفراغ الإجتماعي الذي يصيبهم، بسبب الظروف السياسية وما مر به البلد من إرباكات أمنية والتي دفعت الشباب للجلوس على الإنترنيت وتفريغ طاقتهم المكبوتة وملأ الفراغ الذي أصابهم سواء الفراغ الإجتماعي أو العاطفي.. وفي المنتديات بشكل خاص تبدأ العلاقة بتجاذب الأفكار والارتياح العقلي والانسجام الفكري مع الآخر، وقد تتحول بعض هذه العلاقات من عالم افتراضي إلى عالم واقعي عن طريق إعطاء مساحة أكبر من التعارف على أرض الواقع".

ويعرف الدكتور محمد منذر العاني أستاذ علم الاجتماع جامعة بغداد، مواقع المحادثة أو الدردشة وما ينتج عنها من علاقات قائلاً: "إن هذه الشبكة من مواقع الدردشة وغرف الشات والفيس بوك وغيرها، باتت بمثابة الأقنعة التي تشجع الصغار والكبار على خوض مثل تلك التجارب العاطفية، كما فتحت آفاقاً جديدة أمامهم للانخراط في العلاقات الإجتماعية، والبحث عن الحب كامتداد طبيعي للحياة البشرية بدلاً من الانعزال".

وتعرف الدكتورة مروج ألعاملي أستاذة أصول التربية بكلية البنات جامعة بغداد، هذا العالم بالقول "عالم المنتديات له الكثير من النواحي الإيجابية التي يمكن الإستفادة منها، خاصة في مجال التخصص العلمي، وتنمية المهارات الثقافية المتنوعة وكل ما له علاقة بالعلم والعمل والتقدم، فهي قد تكون وسيلة للتعلم الذاتي، وتهتم بعرض الموضوعات والقضايا الجادة والهادفة للمناقشة والحوار حولها. لكن البعض قد ينتقل من العرض العقلي والمناقشة الجادة والتعارف العام بين الأعضاء، إلى مرحلة الانتقاء بين البعض نتيجة الإحساس بالألفة والانجذاب العقلي، ومن بعده الانجذاب العاطفي، وقد تسير العلاقة هنا في اتجاهين، إما تكتمل في إطار شرعي، وهو الزواج، أو تستمر علاقة عاطفية وهمية وتتدرج لما هو أسوأ".

وتختتم الباحثة (هاجر أسود) موضوع بحثها بالقول: "قد تكون مواقع الدردشة وغرف الشات هي ساحة للتعارف بين مختلف أجناس البشر، وتوفر كامل الحرية للتعبير عن الآراء وطرح وجهات النظر والأفكار المختلفة ومناقشة القضايا والموضوعات الهادفة، لكن لو وضعت ضوابط وأسس بعدم انتهاك حرية وخصوصية الآخرين، ومنها عدم المساس بثوابت الدين والعقيدة وعدم إدراج أي صور أو مواد تحمل مخالفات دينية أو أخلاقية، وكذلك عدم الترويج لأي

مذهب ضال مخالف، وعدم إدخال أي بيانات خاصة حتى لا يستغلها البعض من مرضى القلوب، إضافة إلى توعية هؤلاء الشباب بالخطر المحيط بهم، ومحاولة شغل أوقات الفراغ فيما يفيد، والتحكم في الرغبات والمشاعر حتى يحين الإشباع المشروع لها بالزواج".

فالعلاقات التي تنشأ على مواقع المحادثة أو الدردشة وما ينتج عنها، هي ظاهرة عامة ليست مقتصرة على البلدان العربية والإسلامية، وتأثيراتها الإيجابية والسلبية تنصب على جميع شعوب الأرض، لكن الفرق هو أن المجتمعات المتقدمة متاح فيها للجنسين حرية كاملة في الاختيار الشخصي، من خلال الاختلاط بين الجنسين في الدراسة والعمل، واللقاءات في المؤسسات الثقافية والاجتماعية وفي المنتديات والمقاهي والمطاعم والنوادي وغيرها، ويكون التواصل على مواقع المحادثة (الدردشة) مكملاً لها.

ولذلك لا نرى ضجة كبيرة بالحجم الذي تثار به في البلدان العربية والإسلامية، والسبب واضح جداً وهو الحد من حرية الشباب والشابات في الاختلاط والتواصل في هذه البلدان، ويرى هؤلاء الشباب والشابات أن تواجدهم في مواقع المحادثة أو الدردشة، هو تعويض للحرمان الذي لحق بهم من مجتمعاتهم في الواقع الحقيقي، وهو الوسيلة الأفضل لهم للتعارف والتقارب مع الجنس الآخر، كون هذه المواقع تمثل واقعاً افتراضياً وعالماً مفتوحاً على علاقات بلا حدود، ولذلك نرى نسبة الأخطاء والإخفاقات بين هؤلاء الشباب كثيرة جداً".

أهمية وتأثير مواقع المحادثة (الدردشة):

أثارت مواقع المحادثة (الدردشة) على شبكة الإنترنت آراء متباينة ومتناقضة حولها، منها من يهول من مخاطر هذه المواقع ويعتبرها وبالاً على الشباب والمراهقين، ومنها من يرى أن هذه المواقع هي وسيلة مفيدة وجيدة للتواصل بين الناس وخاصة بين الشابات والشباب، وأن ما يقال غير ذلك ما هو إلا خوفاً غير مبرر في الأصل. ومن المؤكد أنه لا يمكن إغفال ظاهرة هذه المواقع في الحياة العامة للشعوب، نتيجة لإقبال الأعداد الهائلة من الشباب عليها، وقد وصلت أرقام مستخدمي هذه المواقع إلى مئات الملايين وربما أكثر من ذلك.

ولذا يتوجب على الجميع التوقف عند إيجابيات وسلبيات هذه المواقع. فهناك رأي سائد يقول بأن مستخدمي هذه المواقع يهدرون وقتاً كثيراً في عالم غير واقعي، ويتحدثون ساعات طويلة مع أصدقاء وهميين دون فائدة ترجى من هذه الأحاديث، وما يزيد في ذلك تعقيداً أن البعض لا يرى أية إيجابيات في المحادثات التي تجري على الإنترنت، بل يرى العكس بأنها تعزل الأفراد عن أسرهم، وتنمي عندهم حالة الانفصال عن الواقع والشعور الدائم بالوحدة، وتجعلهم يعيشون ويندمجون في عالم لا يمت بأية صلة في الواقع، وقد يتعلم المراهقون من الجنسين أساليب العنف والجريمة، وينزوون في زاوية يكتنفها الغموض والتساؤل، ويطلق البعض تسمية: (مدمني الإنترنت) على مستخدمي مثل هذه المواقع".

ويقول الدكتور شريف اللبان: "وأحياناً ما يكون الدخول إلى الإنترنت مضيعة للوقت ومؤدياً للإدمان. ويتذكر أحد الأساتذة قائلاً: (في أحد الأيام كنت أبحث عن مستندات لمشروع بحثي، ووجدت نفسي مسحوباً إلى مستندات متعلقة بالفيزياء الفلكية من مؤسسة (Lund) السويدية، وكان المستند بالسويدي، ومصحوباً بترجمة إنكليزية. وعند الانتهاء من قراءة المستند وترجمته، اكتشفت أنني استغرقت ما يزيد عن ساعة كاملة. وعند ذلك قلت: إنني في حاجة إلى أن أخرج الآن من الشبكة)".

و "هذا الرأي يتعارض تماماً مع آراء كثيرة، تؤكد أن غالبية الناس يرون بأن شبكة الإنترنت لها إيجابيات كثيرة، وخصوصاً مواقع المحادثة هذه فلها فوائد جمة، والسوء لا يكمن فيها وإنما بمن يسيء استخدامها، فهناك من يحذر من الجلوس لساعات طويلة أمام الكمبيوتر، في محادثات قد تكون غير ضرورية، لأنها تبعد الطالب مثلاً عن مجتمعه العائلي، وتعوده على

إهمال واجباته الدراسية، وقد تسبب له نوعاً من الانطوائية والانعزالية. وهناك من يرى بأن شبكات المحادثة، قد تسهم في مساعدة الأشخاص الذين يعانون من الوحدة والاكتئاب، لعدم تمكنهم من التواصل مع الآخرين، ويميل الباحث إلى الرأي الثاني ويرى: أن هذه المواقع تعزز الثقة بالنفس وتقدم الدعم لهؤلاء الأشخاص، لأنهم يخوضون تجارب صداقات وتعارف تسهم في فك عزلتهم وتساعدهم على الالتحاق بالمجتمع".

ونخلص إلى القول: "إن شبكات المحادثة يمكن وصفها بأنها، تساعد على إنشاء صداقات وعلاقات بين الناس لهم هوايات متقاربة، وتشكل منهم تجمعات صغيرة تؤدي بدورها نشاطات مهمة لهم ولمن حولهم. فمثلاً: منتدى قسم الإعلام يجمع في صفوفه مستويات متقاربة من الإعلاميين، يبحثون ويناقشون في مواضيع ذات اهتمام مشترك، وتنمي بالتالي قدراتهم المهنية والمعرفية، وكذلك شبكات النساء الإلكترونية، التي غالباً ما تناقش هموم الأمومة والطفولة وشؤون المرأة، والعنف المنزلي ضدها في مختلف المجتمعات، وكذلك المنتديات الرياضية التي تعمل على تنمية طاقات الشباب وتسخيرها في رياضات متعددة، وتزيد من ثقافتهم الرياضية. ولا يمكن إغفال حقيقة أن شبكات التواصل قربت المسافات بين الشعوب، وأصبح العالم بفضلها أقل من قرية صغيرة، فتدفقت المعلومات والأخبار من شتى أنحاء المعمورة، وازدهرت الثقافات والمعارف والعلوم، وساهمت في إنشاء علاقات حقيقية بين الناس".

المبحث الثاني:

أولاً: الإعلام الجديد أو الإعلام البديل. **ثانياً:** المواقع الإجتماعية. **ثالثاً:** مواقع التواصل الإجتماعي، (الفيس بوك – تويتر – اليوتيوب).

أولاً: الإعلام الجديد أو الإعلام البديل (New Media):

الإعلام الجديد: لم تتضح معالم هذا الإعلام الجديد أو البديل بعد، بالرغم من أنه أحدث نقلة نوعية بمفهوم الإعلام، تمثلت بالمواقع الإلكترونية والمواقع الإجتماعية والمدونات والبوابات ومواقع المحادثة أو الدردشة وغيرها على شبكة الإنترنت، وكذلك أثر في تغيير مفهوم الإعلام القديم وتطور وسائله المعتادة كالصحافة والإذاعة والتليفزيون، فقد شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية، ولكن لغاية اليوم لم يتم الاتفاق على تعريف محدد لهذا الإعلام الجديد.

فيعرفه أياد الدليمي بالقول: "إن تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة بـ (الفيس بوك وتويتر ويوتيوب) يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزاوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قرباً ليس من الحدث فحسب، وإنما من الناس أيضاً وهذا هو جوهر الموضوع"..

ويقول عنه موقع القناة الإلكتروني بأنه: "الرأي والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديو، التي تنتشر إلكترونياً من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأي نظام سياسي أو غيره، سوى التزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ، وفق ما لديه من رقابة ذاتية".

وتعترض (مرام عبد الرحمن مكاوي) على الدور الذي يقوم به الإعلام الجديد، وعلى إمكانياته المبالغ بها، حسب رأيها، وتعتبره إعلاماً مضللاً بالقول: "المشكلة الكبرى فيما يتعلق بالإعلام الجديد هي أنه بات يقدم صورة غير واقعية عن القدرات التي يملكها، فهو يملك أدوات رائعة غير مسبوقة في تداول المعلومات وتبادل الرؤى والأفكار والربط بين أصحاب القضية الواحدة، لكنه يظل في النهاية كما هو في الأصل وسيلة وأداة إعلامية غير قادرة على صنع الحدث كما يروج الكثيرون، وإنما قدرته تكمن في نقل صورة شديدة الصفاء عن هذا الحدث".

ونتيجة للتباين والاختلاف في تعريفات ومفاهيم الإعلام الجديد رغم أنها تصب في بوتقة واحدة، فإن الدكتور مصطفى عباس صادق يرى فيها عملية: "التزاوج (Convergence) ما بين تكنولوجيات الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكومبيوتر وشبكاته، تعددت أسماؤه ولم تتبلور خصائصه النهائية بعد ويأخذ هذا الاسم لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية، فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات".

ويضيف الدكتور صادق عباس تعريفاً آخر للإعلام الجديد أو الإعلام البديل بأنه: "الإعلام الرقمي (Media Digital) لوصف بعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل: التلفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرهما، أو للإشارة إلي أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الكومبيوتر. ويطلق عليه الإعلام التفاعلي (Interactive Media) طالما توفرت حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم الإعلامية التفاعلية الجديدة".

يضاف إلى ذلك إن الإعلام الجديد أخذ صفة (الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media)، لارتباط هذا النوع من الإعلام بشبكة الإنترنت مثل الشبكات الإجتماعية، ونتيجة إلى ما تميز به هذا الإعلام من تدفق هائل للمعلومات، فقد أطلق عليه صفة (إعلام المعلومات Info Media)، لتوافقه بين الكمبيوتر والاتصال، معتمداً على تكنولوجيا المعلومات، ويأخذ أيضاً تسمية إعلام الوسائط المتشعبة (Hypermedia)، دلالة على استخدامه لبعض الوصلات التشعبية (Links) المتصلة به، وهو أيضاً إعلام الوسائط المتعددة (Multimedia)، الذي يعني التداخل الفعلي بين هذه الوسائط (النص، الصورة، والفيديو).

وقد وردت تعريفات أخرى للإعلام الجديد في العديد من القواميس وكذلك لبعض الباحثين منها، ما يعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة (High–Tech Dictionary) بأنه: "اندماج الكومبيوتر وشبكات الكومبيوتر والوسائط المتعددة"(٨٩)، ويعرفه كذلك (Lester) بالقول: "الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكومبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو".

أما قاموس الكمبيوتر (Computing Dictionary)، فيعرفه بقسمين أولهما: "إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكومبيوترات الشخصية والنقالة، فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكومبيوتر على نحو ما، تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي (Digital Convergence)، إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن أيضاً معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كومبيوتر".

وثانيهما: "المفهوم يشير أيضاً إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع

والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع".

لكن قاموس الإنترنت الموجز (Condensed Net Glossary)، يشير في تعريفه إلى أن: "أجهزة الإعلام الرقمية عموماً، أو صناعة الصحافة على الإنترنت. وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير انتقاصي يستخدم أيضاً لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو، والسينما".

وتضيف الموسوعة في تعريفها للإعلام الجديد: "بينما يقوم مبدأ وسائل الإعلام التقليدية على نظام ثابت ومعروف، إما بطريقة الاتصال من واحد إلى واحد (Point–To–Point)، ومثال على ذلك الاتصال بالهاتف، أو من واحد إلى الكثيرين (Point–To–Many)، ومثال على ذلك التلفزيون والراديو. أما في حالة الإعلام الجديد، وفي تطبيقاته المختلفة، خاصة المرتبطة بالإنترنت، فإن هذا النمط تغير بشكل جذري. فقد مكنت الإنترنت من الوصول إلى كل الأشكال المحتملة من نقاط الاتصال.

وفي هذا السياق يرى الدكتور محمود خليل في كتابه: (الصحافة الإلكترونية.. أسس الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي)، أن المستخدم هو من سيتحكم بوسيلته الاتصالية وسيكون منتجاً لمادته الإعلامية بالقول: "ما يثير دخول الحاسوب إلى عالم الإتصال، هو تحول العملية الاتصالية إلى حالة تبادلية بين المرسل والمستقبل، بمعنى أن الاتصال هنا سيكون ذا اتجاهين: (Two Way Commnication)، حيث تزداد درجات التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية، وسيعلو دور المستقبل في هذه الحالة ليس فقط إلى الدرجة التي يستطيع معها أن يفسر، أو يطلب المزيد من المعلومات حول وحدة إعلامية معينة، بل سيصل الأمر إلى تحول المرسل العادي في حالة الاتصال التقليدي إلى منتج للمادة الإعلامية.

ولعدم وضوح معالم الإعلام الجديد وما سيترتب عليه مستقبلاً من مفاهيم، فإن كل التعريفات حذرة، ولم تقدم إجابة وافية عن تعريف هذا النوع من الإعلام، ومن هذا المنطلق فإن تعريف جونز (Jones) حول الإعلام الجديد يظهر هذا التحفظ إذ يقول: "الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني، أصبح ممكناً باستخدام الكومبيوتر كمقابل للإعلام القديم، التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو - إلى حد ما - وغيرها من الوسائل الساكنة (Static). ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه".

ومن خلال التعريف الطويل نسبياً الذي أعدته كلية شريدان التكنولوجية (Sheridan)، نتلمس الصفة العلمية للإعلام الجديد في تعريفها بأنه: "كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي. وهنالك حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكومبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته على ذلك".

وتضيف كلية شريدان التكنولوجية في تعريفها: "يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربع الآتية: الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت: (Online) وتطبيقاتها: وهو جديد كليا

بصفات وميزات غير مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجوعة من تطبيقات لا حصر لها. والإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة: بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف. وهو أيضاً ينمو بسرعة وتنشأ منه أنوع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. ونوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل: الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب. والإعلام الجديد القائم على منصة الكومبيوتر (Offline)، ويتم تداول هذا النوع، أما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما إليها، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها".

ويرى الباحث أنه: لم يكن بوسع الباحثين وضع تعريفاً محدد وواضح لمفهوم الإعلام الجديد، وكذلك الباحث نفسه في هذه الدراسة لأسباب عديدة منها: إن صورة الإعلام الجديد لم تتبلور بعد بشكل واضح ومحدد، يضاف إلى ذلك أنه لا يمكن الجزم على بقاء الإعلام الجديد على صورته الحالية، لأن التكنولوجيا الحديثة وثورة المعلومات وما توصل إليه الإعلام والاتصال من تطور وتقدم، قد تأتي بما هو أكثر جدة وحداثة عما هو عليه الإعلام الآن، لذلك تمحورت جميع التعريفات حول الآليات المتبعة والمستخدمة في الإعلام عموماً، فمنها من استند على القديم المطور والجديد المحدث، وهناك من زاوج ما بين هذين الشكلين.

مع ذلك يمكن القول بأن هناك شبه توافق لدى الكثير من الباحثين على أن الإعلام الجديد، يحمل في طياته الكثير من التنوع والخصائص وأشكال التقنيات الجديدة، التي لها ارتباط بالوسائل الإعلامية الحديثة، والتي لم توفرها تلك الوسائل القديمة مثل: الجهد الفردي والمتخصص الذي أستهل به القرن الجديد هذا التطور الكبير في الإعلام، كما كان الإعلام القديم صفة القرن الماضي.

ومن الضروري جداً إدراك أن الإعلام الجديد ليس مقتصراً فقط على شبكة الإنترنت، بل إنه يتميز بخصائص جديدة لا تعتمد فقط على التكنولوجيا، وإنما تقوم على حراك الوسائل الساكنة كالنص والصورة أيضاً، ووضعها في إطارات وشبكات جديدة غير موجودة على الإنترنت، تتمثل في دمج الوسائل القديمة والحديثة في مكان واحد هو الكمبيوتر وشبكة الإنترنت. كل ذلك أدى إلى تغيير جذري في مفهوم الاتصال التقليدي، حيث أتاح لأي شخص يستخدم الإنترنت أن يتواصل مع من يريد في أي وقت يشاء، مستخدماً كافة الإمكانيات التكنولوجية في الإعلام.

وحول تصوراته لمفهوم وإمكانيات الإعلام الجديد يقول: (كروسبي): "لكي نفهم الإمكانات التي تقف وراء قوة الإعلام الجديد، علينا أن نتذكر بأن ملايين الكومبيوترات التي تمثل شبكة الإنترنت، تقوم بالحصول على المعلومات وفرزها ونقلها لعدد غير محدود من البشر. وهؤلاء يمكنهم إجراء عملية اتصال بينهم في وقت واحد (Simultaneously) في بيئة تسمح لكل فرد مشارك، مرسلاً كان أو مستقبلاً، بفرص متساوية من درجات التحكم".

ويضيف (كروسبي): "كذلك عندما يقوم أي منا بزيارة موقع صحافي على شبكة الانترنت، فإننا لا نرى الأخبار والموضوعات الرئيسة فيه فقط، ولكننا نرى أجزاء من الموقع مخصصة لتلبية الاحتياجات الفردية الخاصة بالزائر. وهذا الأمر لا يعني هذا الزائر وحده وإنما عملية التخصيص، هذه تتم لملايين الزوار في وقت واحد، وهو الأمر الذي لا يمكن أن يتحقق في ظروف نظم الاتصال السابقة. أما القوة الصاعدة للإعلام الجديد فهي تتمثل في كونه سيحفز ويشيع آليات جديدة كلياً للإنتاج والتوزيع ستخلق مفاهيم جديدة تماماً للأشكال الإعلامية ومحتوياتها" .

ويخلص الباحث إلى القول: من خلال ما تقدم أصبح واضحاً أن هناك علاقة جدلية ما بين الإعلام القديم والإعلام الجديد، أي الإعلام التماثلي والإعلام الرقمي، فالإعلام التماثلي قبل ظهور الإنترنت أسس لإعلام تقليدي ساد لعقود من الزمن تمثل في: الصحف والإذاعة والتليفزيون، إلا أنه بالرغم من ملازمة صفة القدم له، فهو أقام ركيزة لانطلاقة الإعلام الجديد أو الإعلام البديل، فقد تطورت تلك الوسائل القديمة، وأخذت تواكب مستحدثات العصر التقنية.

فتحولت الإذاعة إلى إذاعة رقمية، وكذلك التطور الهائل الذي طرأ على التليفزيون حتى وصل اليوم إلى ما يسمى بـ (التليفزيون ثلاثي الأبعاد)، والتطورات الأخرى في أجهزة الفيديو، وما يرافق السينما من تطور مضطرد، ناهيك عن التغيرات الكبيرة في الصحافة التقليدية أو الورقية، التي تجهد في مواكبة الصحافة الإلكترونية ومثال على ذلك: فإن كبريات الصحف العالمية أسست لها مواقع على شبكة الإنترنت تجتذب الملايين من القراء يومياً، شأنها شأن مواقع الفضائيات التليفزيونية المنتشرة على الإنترنت والوصلات التشعبية لقنوات الراديو الرقمية.

يترافق هذا التطور في وسائل الإعلام القديمة مع الوسائط المتعددة التي جاءت بها التكنولوجيا الحديثة، ووسمت الإعلام والاتصال بمفهوم الإعلام الجديد أو الإعلام البديل، الذي يتمثل في الكثير من المواقع والشبكات منها: المواقع الإلكتروني والمدونات الشخصية والعامة والبوابات الإلكترونية المتعددة ومواقع المحادثة أو الدردشة، والمواقع الإجتماعية المتمثلة في شبكات التواصل الإجتماعي مثل: (الفيس بوك، تويتر واليوتيوب) وغيرها من هذه الشبكات التي تستقطب الملايين من المستخدمين يومياً.

بهذا الصدد يقول (ليف مانوفيتش) حول الإعلام الجديد: "لكي نفهم طبيعة الإعلام الجديد، فإننا نحتاج لتجاوز الفهم السائد، الذي يحدده بشكل عام في استخدام الكومبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات. وضرورة النظر إلى الدور التكاملي للكومبيوتر في عمليات الإنتاج كلها وفي وسائل الإعلام كلها الذي أحدث تغييرات هائلة في طبيعة الإتصال، والنظر في طبيعة الرسائل الجديدة الناتجة عن العملية الاتصالية الجديدة أيضاً، فكل الأشكال الغرافيكية وأنواع الرسم، والصور والمؤثرات، والأصوات، والنصوص أصبحت تتم بواسطة الكومبيوتر، وقد جاءت تكنولوجيا المعلومات بحالة التزاوج والاندماج بين صناعات كانت مختلفة جداً في السابق وهي استخدام الكومبيوتر ووسائل الإعلام، ونظم الاتصالات".

ويوضح (مانوفيتش) إن "المبدءان الأولان، التمثيل العددي (Numerical Representation) يتمثل في الطبيعة الرقمية لأجهزة الإعلام (Digital Nature Of Media). أما حالة الانتقال (Modularity) فهي تعني أن الأجسام الإعلامية يمكن أن تندمج بين بعضها البعض بينما تحافظ على صفاتها المتفردة أو الخاصة، وهذا ما تمثله الخصائص التكنولوجية الأساسية للإعلام الجديد. ومن هنا تأتي الحالتان اللاحقتان بدءاً من حالة الأتمتة (Automation)، إذ يخضع الإعلام أولاً: للمعالجة الحسابية بواسطة الكومبيوتر، وثانياً: يخضع لحالة القابلية للتغير Variability وتكون الأجسام الإعلامية في حالة تنوع. أما المبدأ الأخير وهو الترامز الثقافي (Cultural Transcoding) فهو يلخص الفهم الخاص لـ (مانوفيتش) بخصوص عملية التأثير الثقافي لاستخدام الكومبيوتر".

يحاول الدكتور (سعود الكاتب) أن يقوم بمقارنة بين الإعلام القديم والإعلام الجديد، معتبراً التفاعلية أهم ما يميز الإعلام الجديد بقوله: "فخاصية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة، هي خاصية مشتركة بين الإعلاميين القديم والجديد،

الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل، أي قدرة وسيلة الإتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية، والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التليفزيون أو الراديو إلى المستهلك، مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدها متى أرادها وبالشكل الذي يريده". .

ويضيف (سعود الكاتب): "لقد غيرت تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الإتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه، فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (Active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.. وكثير من الأبحاث التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري، توضح أن معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباهاً كبيراً لوسائل الإعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرؤونها، كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها، وفي واقع الأمر فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لفحواها، فمشاهدوا التليفزيون مثلاً قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون، ولكنها غالباً ما تكون متابعة سلبية (Passive)، بحيث لو سألتهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فإن قليلاً منهم سيتذكر ذلك، الإعلام الجديد من ناحية أخرى غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة"..

ثانياً: المواقع الإجتماعية (The Social Network):

المواقع الإجتماعية: تعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي، هي البداية الحقيقية لظهور المواقع الإجتماعية، أو التي تسمى شبكات التواصل الإجتماعي على الإنترنت، حين صمم (راندي كونرادز) موقعاً اجتماعياً للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام (١٩٩٥)، وأطلق عليه أسم (Classmates.com)، وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس. ومن هنا يأتي السؤال: ما هي المواقع الإجتماعية؟.

وبإجابة أولية يمكن القول" "إنها مواقع إلكترونية إجتماعية على الإنترنت، وإنها الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، عندما عز التواصل في الواقع الحقيقي".

لقد أتاحت المواقع الإجتماعية لمتصفحيها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الإجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي: الفيس بوك وتويتر وموقع مقاطع الفيديو اليوتيوب. ونتيجة لتنامي وتطور هذه المواقع الإجتماعية، فقد أقبل عليها ما يزيد عن ثلثي مستخدمي شبكة الإنترنت، ولعبت الكوارث الطبيعية كالفيضانات والزلازل والتسونامي، والأحداث السياسية وحركة الجماهير الشعبية الواسعة وخصوصاً الشباب منهم، ممن يرتادون شبكات التواصل الإجتماعي، دوراً هاماً في شعبية هذه الشبكات، وأصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

وحول أهمية الإعلام الجديد يقول (محمد ناصر أحمد) عن العرب والإعلام الجديد: "أصبح مصطلح (الإعلام الجديد) واحداً من أهم المصطلحات التي تثار في العديد من المنتديات والمؤتمرات فهو الصناعة التي حققت المليارات السريعة لـ (مارك زوكربيرج) مؤسس الـ (facebook) كما أنه و بأدواته المميزة أستطاع أن يفجر قضايا عديدة على مستوى العالم وينقل

المشاهد من المتابعة إلى المشاركة الفاعلة في كافة مراحل إعداد مادة الخبر وحتى ظهوره على شاشتنا ولا يوجد مثال أقوى على ذلك من الاستخدام السياسي لـ (twitter) من قبل نشطاء سياسيين سواء من مصر أو إيران".

فعلى صعيد الكوارث الطبيعية، تصدرت أحداث الزلزال المروع في هايتي والتسونامي الذي أصاب إندونيسيا واليابان، اهتمامات متصفحي هذه المواقع، أما ما يتعلق بالأحداث السياسية التي اجتاحت شمال أفريقيا وخاصة في تونس ومصر وليبيا، وبعض بلدان الشرق الأوسط ومنها اليمن وسوريا والبحرين والعراق وقبلها إيران، فقد كان للمواقع الإجتماعية دوراً تحريضياً كبيراً، ومجالاً واسعاً لتبادل الأخبار والمعلومات، وتحديد طرق ووسائل التعامل مع المستجدات اليومية، ومناورات الأنظمة السياسية وفضح أساليبها القمعية ووسائلها لحجب الحقيقة عما يجري في بلدانها.

وتقدم شبكات التواصل الإجتماعي خدمات عديدة لمستخدميها ممن لديهم اهتمامات متشابه سواء أكانوا زملاء دراسة أو عمل أو أصدقاء جدد، وتوجز (موسوعة ويكيبيديا الحرة) هذه الخدمات بالتعريف التالي: "معظم الشبكات الإجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب، تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.

ومن الواضح أن تلك الشبكات الإجتماعية قد أحدثت تغيراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات. وتلك الشبكات الإجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي وتنقسم تلك الشبكات الإجتماعية حسب الأغراض، فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الإجتماعية الموجودة حالياً: (فيس بوك وماي سبيس وتويتر ولايف بوون وهاي فايف وأوركت والشبكة العربية عربيز)".

هذه المواقع ظهرت تباعاً في منتصف التسعينات من القرن الماضي، واستمر ظهورها حتى أوائل القرن الواحد والعشرين، لكنها لم يكتب لها النجاح بالرغم من التشابه الكبير في الخدمات التي تقدمها، حتى ظهرت مواقع جديدة سجلت نجاحات ملموسة مثل: (ماس سبيس وتويتر وفيس بوك)، التي استطاعت أن تستقطب أعداداً كبيرة من متصفحي الإنترنت، وتعاظم دورها في السنوات الأخيرة وخصوصاً: (الفيس بوك وتويتر واليوتيوب).

لم يرتد متصفحي الإنترنت هذه المواقع الإجتماعية لغرض التسلية وإنشاء الصداقات فقط، وإنما هناك دوافع رئيسية وراء هذا الإقبال الواسع على شبكات التواصل الإجتماعي، وهي دوافع مهنية واجتماعية، بهذا التصنيف يرى كل من: (ماثيور فريزر وسوميترا دوتا)، إن هذه الدوافع عبارة عن حوافز تقسم مستخدمي هذه الشبكات إلى فئتين واسعتين وهي:

"الحوافز المهنية والحوافز الاجتماعية: المهنيون الذين يشتركون بمواقع مثل: لينكد إن (LinkedIn)، يفعلون ذلك بالدرجة الأولى بناءاً على حسابات عقلية مرتبطة باهتماماتهم الخاصة بحياتهم المهنية. من جانب آخر، معظم المراهقين الذي يجمعون (الأصدقاء) على موقع (ماي سبيس)، لا يسعون لتحسين آفاق حياتهم المهنية، الحافز الرئيس وراء تفاعلهم الإجتماعي هو إحساس غريزي غير عقلاني لعقد روابط إجتماعية تقوم على القيم والمعتقدات والأحاسيس المشتركة وما إلى ذلك. في بعض البلدان التي تضع فيها الحكومات قيوداً على حرية التعبير السياسي، أصبحت مواقع مثل: فيس بوك مجتمعات مدنية (افتراضية)، يزدهر فيها الحوار والجدل في شبكات إجتماعية أفقية. باختصار يمكن استخدام الشبكات الإجتماعية على الإنترنت لبناء رأس المال الإجتماعي بعدة أشكال".

وبالنظر بصورة أوسع إلى مرتادي المواقع الإجتماعية في أنحاء المعمورة، فنرى أن غالبيتهم يبحثون عن علاقات وصدقات جديدة، مما يرجح لديهم السبب الإجتماعي على المهني لهؤلاء الشباب، الذين بدءوا حياتهم العامة مع بداية اهتماماتهم بالإنترنت، ولا يمكن استثناء منطقة الشرق الأوسط من هذا العالم الافتراضي، الذي يكون فيه الشباب المراهقون نسبة الثلث من السكان تقريباً، ولديهم قدرة شرائية كبيرة إضافة إلى اهتماماتهم السياسية".

ومن هنا لابد من الإشارة إلى أن العديد من مستخدمي الشبكة العنكبوتية، لا يستطيعون التمييز بين مصطلح الإنترنت ومصطلح الويب، فالإنترنت: منظومة واسعة تحتوي على خدمات عديدة منها: المواقع الإلكترونية المتنوعة ومواقع التواصل الإجتماعي ومواقع المحادثة والحوار، إضافة إلى خدمات البريد الإلكتروني والبحث وغيرها، التي تتمثل جميعها في الشبكة العنكبوتية العالمية. أما الويب: فهو مشروع يفوق بقدراته وإمكاناته وسرعة نقله للمعلومات بعشرات المرات أو أكثر من ذلك سرعة، وهو ما يعرف بالويب (٢.٠٠)، وهو مشروع أكاديمي واعد، ليكون أكبر شبكة معلومات في الإنترنت".

ميزات الشبكات الإجتماعية:

تتيح هذه الشبكات الإمكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة، تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة، ففي كل المواقع الإجتماعية تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شيء عنهم كالمهنة والاختصاص والاهتمام.

هناك مواقع إجتماعية متخصصة بمجالات محددة مثل: منتديات إعلامية أو ثقافية أو تربوية وغيرها تهم مجموعة محددة من الناس، كما توجد مواقع إجتماعية خاصة بالتجارة والتسوق، وهي أيضاً تهم شريحة معينة من الناس يرتادونها ويتفاعلون معها، يضاف إلى ذلك نوع جديد من الشبكات الإجتماعية، التي يتواصل فيها مرتاديها من خلال الهواتف النقالة، وتكوين صداقات وإجراء محادثات ونقاشات وتبادل المعلومات عبر شاشات الهواتف النقالة.

(يطرح: "Keen Andrew." في كتابه "The Cult of the Amateur" العديد من الأسئلة منها: هل وسائل الإعلام الإجتماعية الجديدة هي طريقة ناجعة تساعد العالم على النمو والتقدم؟، أو أنها وسيلة لتدمير اقتصادنا وثقافتنا وقيمنا؟، وهل حقاً وسائل الإعلام الإجتماعية دمرتنا؟).

والتي وصلت إلى حد الإدمان كما يراها الدكتور شريف درويش اللبان في كتابه (تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الإجتماعية)، بالقول: "فإن الإفراط في استخدام التليفون المحمول لم يعد شكلاً من أشكال الوجاهة الإجتماعية، بل صار ضرباً من ضروب الإدمان، حيث ذهبت دراسة بريطانية حديثة إلى أن مستخدمي التليفون المحمول من الرجال والنساء يصابون بنوع من الإدمان، بحيث يجدون أنفسهم مدفوعين لاستخدامه دون وعي منهم. والسبب في ذلك – كما تقول الدراسة – إن الموجات الكهرومغناطيسية التي يولدها التليفون المحمول، والتي تتسرب إلى المخ، تسبب إفراز نوع من (الأندومورفينات) يشبه مخدر المورفين ويسبب الإدمان، بحيث يسعى الشخص إلى النشوة على طريقه دون وعي".

ويخلص الباحث إلى أن: "المواقع الإجتماعية تساعد متصفحيها على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في مجالات عديدة، بتبادل الأخبار والمعلومات وتطور الأحداث الطبيعية والسياسية والاجتماعية. وإن هذه المواقع هي نتاج للثورة التكنولوجية، وضعت أساساً لخدمة مستخدميها، ولا يمكن أن تقود جماعة أو أفراداً دون رغبتهم أو إرادتهم إلى عوالم أخرى، تؤثر سلباً على الواقع الإجتماعي لهؤلاء الناس، فهي كأي أداة صالحة للاستخدام يقرر مستخدمها الفعل الذي ستؤديه، فإما أن يكون فعلاً حسناً يستفيد منه الفاعل ومن حوله، أو فعلاً سيئاً يضر بالفاعل

وبمن حوله، وهذا ما ينطبق بالفعل على شبكات التواصل الإجتماعي، وسر انتشارها يكمن في حيوية وفاعلية مستخدميها والهدف من استخدامها".

فهناك الكثير من الشبكات المتخصصة في مجالات معينة ولها مشتركيها، وبالتأكيد أن من يشاركون في هذه المواقع، هم من يعطونها صفة المواقع الحسنة أو السيئة، فمن يشاركون في مواقع علمية معرفية سياسية إجتماعية ثقافية سيزدادون وعياً وعلماً ومعرفة، وبنفس الوقت سيسهمون بإثراء تلك المواقع بما يمتلكونه من معرفة يستفيد منها الآخرون، ويرى المتابع من هذه المواقع الكثير وهي مزدهرة في شبكة الإنترنت لفعلها الحسن. وهناك مواقع أخرى لها مرتاديها ممن يرتضون لأنفسهم الدخول فيها والتفاعل معها مثل: المواقع الجنسية والمواقع التي تحث على العنف والجريمة، وتلك المواقع التي تدعو إلى تفكيك النسيج الإجتماعي، لزرع الطائفية المقيتة والترويج للإرهاب، وهي بالفعل مواقع سيئة.

وهناك بعض الكتاب والباحثين الذين ينظرون إلى هذه الشبكات الإجتماعية بتوجس وحذر، ويعتبرونها تقلل من (آدمية البشر) كما تقول عالمة الاجتماع (شيري تركل) الأستاذة في معهد (ماساتشوستس) للتكنولوجيا إن: "السلوك الذي أصبح نمطياً قد لا يزال يعبر عن المشاكل التي جعلتنا في السابق نراها على أنها مرضية".

وفي تفسيرها لما سبق من قولها، ترى (شيري تركل) بان الناس ينعزلون عن الواقع المعاش، ويتيهون في واقع افتراضي، ليس له صلة بحياتهم الحقيقية مما يقلل من آدميتهم وتقول: "إننا ابتكرنا تقنيات ملهمة ومعززة ومع ذلك فقد سمحنا لها بأن تحط من قيمتنا"..

وتشير الصحيفة البريطانية (ديلي تلغراف) إلى أن: "تحذيرات تركل - وتلك التي من نقاد إلكترونيين آخرين - جاءت عقب وفاة سيمون باك، امرأة من برايتون في أستراليا كانت قد أرسلت مذكرة انتحار على صفحة فيس بوك الخاصة بها".